

**L'intervista**

Elisabetta Franchi
(Betty Blue):
«Guardiamo agli Usa»

5

**La città**

Bologna, capoluogo
ricco, ma che aspetta
ancora un rilancio

10

**Il punto**

Export e formaggi per
rilanciare il settore dopo
la fine delle quote latte

17

CORRIERE IMPRESE

L'ECONOMIA, GLI AFFARI, LE STORIE DELL'EMILIA-ROMAGNA

**L'analisi**

Privatizzare?
Per i comuni
meglio tassare

di **Angelo Ciancarella**

Le imposte, ridotte a parole, continuano ad aumentare. Il taglio Irap e gli sgravi contributivi per le imprese determineranno, è vero, un paio di punti in meno di pressione fiscale, ma non per i lavoratori e i proprietari di immobili. Gli stessi imprenditori dovranno far di conto per capire quanto, del prelievo risparmiato, sia bruciato dall'Imu e dalla Tasi, a volte crescenti in modo occulto o assurdamente palese, come per i macchinari imbullonati. Ciò che conta davvero per ogni impresa, non è la pressione fiscale media: è il calcolo della propria pressione effettiva, quella superiore al 62% per le Pmi italiane ed emiliano-romagnole, rivelata un mese fa dal Rapporto 2015 dell'Osservatorio sulla tassazione, della Confederazione nazionale artigianato. Pressione che a Bologna sfiora la spaventosa soglia del 73% (*Corriere Imprese* di lunedì 11 maggio). E che nel 2015 potrebbe aumentare, come vedremo, a causa dei tributi locali in crescita. Non va meglio per le persone fisiche, e in genere per la tassazione diretta sui redditi e sul patrimonio immobiliare. La campagna per l'acconto Imu-Tasi si è svolta un po' in sordina, forse per azzerare il dibattito e minimizzarne l'impatto a cavallo della scadenza elettorale appena passata.

continua a pagina 19



Pioniere
Adriano Olivetti,
antesignano dei
«servizi sociali
aziendali», in
mezzo ai suoi
dipendenti

Gli Olivetti della via Emilia

Decine di imprenditori impegnati a investire nel sociale e sul territorio finanziando musei, scuole, progetti per il reinserimento dei detenuti, fondazioni culturali e scientifiche. Il boom degli asili nido e del welfare aziendale. Zamagni: «È il ritorno all'Umanesimo civile». Il consulente: «È una strategia di immagine»

L'intervento

Non solo sdraio e ombrellone,
il turismo in Emilia-Romagna
sta diversificando la sua offerta

di **Andrea Corsini***

Caro Direttore,
ho letto gli articoli apparsi lunedì 25 maggio, su *Corriere Imprese*. L'attenzione che, da qualche tempo, mostrate verso il turismo nazionale quale importante forma di economia, è decisamente positiva e muoverà più di una riflessione su questo comparto decisivo per l'economia italiana. I prezzi invariati rispetto allo scorso an-

no sul piano dei servizi turistici della nostra regione, la continua azione di rinnovamento delle strutture dedicate all'ospitalità e le nuove strategie promocommerciali messe in campo da questo assessorato e da Apt Servizi vanno nella direzione da me auspicata, cioè accrescere l'incidenza del settore turistico sul pil regionale.

Il progetto «Via Emilia-Experience The Italian Lifestyle» che abbiamo lanciato sul mercato interno e su quello internazionale, e che offre, attraverso 80 proposte-vacanza degli operatori turistici regionali, progetti di eccellenza qualitativa legati al turismo dell'esperienza

continua a pagina 19

Quisisana
ISTITUTO PRIVATO ACCREDITATO

Risonanza Magnetica "S-SCAN"
(Macchina aperta)

Spalla - Gomito
Polso - Mano
Ginocchio - Caviglia - Piede
Rachide Cervicale
Rachide Lombare

Prestazione convenzionata con il Servizio Sanitario Nazionale
Prenotazione entro le 24 ore
Referti entro le 24 ore

PRENOTAZIONE ON-LINE
FERRARA Viale Cavour 128 - Tel. 0532 207622
www.quisisanafe.com

PRIMO PIANO

Gli imprenditori illuminati della via Emilia



«**L**a fabbrica non può guardare solo all'indice dei profitti. Deve distribuire ricchezza, cultura, servizi, democrazia. Io penso la fabbrica per l'uomo, non l'uomo per la fabbrica». Le parole, si sa, sono pietre e su queste si edifica, a metà del secolo scorso circa, lo «stato sociale olivettiano», quello che dal «grande Adriano» di Ivrea è stato poi assimilato e copiato nei decenni a venire. Soprattutto in Emilia-Romagna, terra da sempre fertile alla concertazione e all'imprenditore-lavoratore.

Guardiamo a **Marino Golinelli**, fondatore del gruppo farmaceutico Alfa Wassermann: ha istituito una fondazione che

Cultura

Isabella Seragnoli ha investito nel Mast La Vossloh-Schwabe nel Plautus Festival

porta il suo nome per insegnare ai più piccoli l'importanza dello studio delle materie scientifiche; e a Bologna, in una ex fonderia, sta creando una cittadella dove ospiterà tutte le attività di ricerca e formazione professionale con spazi per giovani, adulti e startup.

Isabella Seragnoli, azionista unico di Coesia spa, nel 2013 sempre sotto le Due Torri ha donato ai suoi dipendenti e alla sua città il Mast, un centro polifunzionale con un auditorium; un'accademia per l'innovazione e l'imprenditorialità; un nido per l'infanzia; un ristorante aziendale e una caffetteria. Sin dagli anni 70 la famiglia Seragnoli si è spesa per enti socio-sanitari e scientifici e dal 2000, per separare il welfare aziendale dalla filantropia, è nata la Fondazione Isabella Seragnoli: ha istituito strutture di assistenza e di formazione come casa Ail e Hospice Bellaria, solo per citarne alcuni.

Marchesini group di **Maurizio Marchesini** e Ima di **Alberto Vacchi**, entrambi punta di diamante della «Packaging valley emiliana», sono impegnati

Oltre a prendersi cura dei dipendenti, hanno istituito fondazioni per stimolare lo studio nei giovani e allestire musei, fanno volontariato, finanziano progetti scolastici e solidali. Chi sono gli imprenditori che investono sul territorio

Agli industriali piace **welfare**

con Gd in «Fare Impresa in Dozza»: dentro a un'officina insegnano ai detenuti del carcere bolognese un lavoro che potrà aiutarli anche fuori. La prima azienda, poi, quest'anno ha offerto alla mensa dell'Antoniano circa 6.000 pasti, consente ai propri dipendenti che non abitano vicino allo stabilimento di inserire i figli nell'asilo del Comune di Pianoro e struttura molte iniziative di formazione per studenti. La seconda, invece, in mezzo alle sue tante iniziative solidali ha avviato un progetto di prevenzione diagnostica dei tumori per donne straniere; ha assunto tre dipendenti per trasporti intraospedalieri a favore della popolazione residente dove sorge la fabbrica; e ha aperto una comunità accoglienza per giovani madri a Ferrara. Ma c'è molto altro.

Il gruppo **Barilla** da sempre è impegnato nel sociale anche fuori dai confini parmensi: si adopera per rendere le aziende agricole fornitrici più competitive; stimola la parità di genere al suo interno; ha sostenuto la polisportiva Gioco onlus per disabili e ha istituito una colonna mobile con cucina in cui i volontari si attivano in caso di calamità naturale. Ma i suoi progetti sono sterminati.

Elena Salda, vicepresidente del gruppo metalmeccanico modenese Cms, è un'altra imprenditrice che da dieci anni si spende per i lavoratori e il ter-

ritorio. Nel 2013 ha risistemato e consegnato alla cittadinanza un parco fluviale a Marano sul Panaro; da due anni cinquanta i suoi manager per otto ore al mese fanno volontariato. Salda presiede anche l'associazione Aziende modenesi per la responsabilità sociale d'impresa.

Un altro esempio di imprenditoria illuminata è quello di **Giovanni Arletti** della Chimar imballaggi di Soliera: acquista solo legno di foreste ecosostenibili; ha ottenuto polizze e prestiti per dipendenti con agevolazioni; sponsorizza sport minori; per il personale programma corsi serali di inglese e con docenti universitari; ha appena creato una biblioteca e un orto aziendale che due sere a settimana fornisce ortofrutta al personale.

Lindo Aldrovandi dell'azienda di vernici Renner in tre anni ha premiato i dipendenti con un totale di 8.400 euro in busta paga (operazione che potrebbe ripetersi per il prossimo triennio) e ha ideato il concorso «La buona vernice» (solo la Kinder Ferrero aveva fatto qualcosa di simile): un concorso per premiare dieci organizzazioni no-

Sociale

Ima, Gd e Marchesini aiutano il reinserimento dei detenuti

profit impegnate sul territorio della provincia di Bologna; in ballo ci sono 35 mila euro.

Uno stipendio in più persino per il personale di Furla: l'azienda di **Giovanna Furlanetto** si è impegnata ad aumentare nei prossimi tre anni i premi per le categorie di quarto e quinto livello, portandoli dal 3 al 5%; per il terzo livello dal 5 al 7%; mentre vengono confermati dall'8 al 10% rispettivamente per il secondo e primo livello, che equivale a dire una mensilità in più. Furlanetto poi con la sua fondazione dal 2008 aiuta i giovani artisti emergenti.

La Bonfiglioli di Sonia Bonfiglioli da anni mantiene due orfanotrofi a Chennai in India, dove possiede un importante stabilimento. E sostiene il corso in Meccatronica dell'Università di Forlì. E lo spedizioniere bolognese Brt, attraverso la fondazione Divo Bartolini finanzia le macchine per la Pediatria dell'ospedale Maggiore e due borse di studio per gli specializzandi dell'equipe di chirurgia maxillo-facciale del policlinico Sant'Orsola-Malpighi.

Di **Silvio Bartolotti**, titolare della Micoperi, su queste pagine si è già parlato: costruirà una scuola al Giglio, finanzia istituti dalle parti di Ravenna oltre che giovani piloti di moto e spin-off green.

Poi c'è **Antonio Neri** della ditta di illuminazione Neri di

Longiano. Presiede l'omonima fondazione riconosciuta con personalità giuridica dal 2010: vi partecipano come soci anche i Comuni di Cesena e Longiano. L'ente ha inaugurato cinque anni fa il Museo Italiano della Ghisa con circa 200 manufatti prodotti tra il 1846 e il 1930-40 per lo più lampioni storici. La fondazione salva artefatti a rischio, promuove attività di ricerca e a Cesena ha allestito il Museo dell'arredo urbano.

Nel Cesenate c'è un'altra realtà che si da molto da fare per il territorio, seppur di nascita tedesca: è la Vossloh-Schwabe, retta dall'ad **Carlo Comandini**. Finanziano investono in proposte per le scuole e per il Comune, ma anche nelle case per anziani, promuovono il Plautus festival all'arena di Sarsina e come Ima, Gd e Marchesini tramite una cooperativa sociale hanno creato un'officina nel carcere di Forlì per dare lavoro ai detenuti.

Più curioso è il caso di **Romano Conficconi**, patron della Cierre Imbottiti di Forlì, oggi guidata al figlio Alberto. Più di vent'anni fa assieme ad alcuni amici investì nella piccola Sammartinese Calcio (che poi divenne Sporting Forlì) e ha continuato a sostenere il Vecchiazano per far giocare 400 bambini: il calcio per lui era l'alternativa alla strada.

Andrea Rinaldi
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il commento

di **Giovanni Fracasso***



La culla della filantropia sta a Bologna

Bologna è diventata la sede di alcune delle più belle esperienze della filantropia italiana. Si pensi alla fondazione Mast della famiglia Seragnoli e alla Fondazione Golinelli. Le due fondazioni hanno una origine comune: dai successi dell'ars mercatoria degli imprenditori fondatori vi è un «ritorno alla comunità». Quest'idea del «ritorno» fa venire in mente Andrew Carnegie e la grande filantropia americana. Ma le due fondazioni bolognesi sono accomunate da un filo più antico: entrambe si muovono su una prospettiva, che potremmo definire francescana, di coltivare i semi del cambiamento. C'è una «fructuatio»: l'impatto dei progetti delle due fondazioni ha un effetto moltiplicatore sul tessuto civile. Si innestano nuovi e potenti lieviti per la crescita della comunità. La Fondazione Mast indaga ed esplora il rapporto tra l'impresa e la comunità, cercando di creare un ponte e valorizzandone il dividendo sociale. Sono tematiche che stanno assumendo una grande rilevanza nelle esperienze delle fondazioni americane. Ma la fondazione Mast declina tutto ciò con una poetica più profonda, centrata sull'idea olivettiana della «fabbrica del bene». La Fondazione Golinelli è molto attiva nell'investimento sull'istruzione e la formazione. Questo è proprio uno degli ambiti più importanti della filantropia internazionale: la Bill & Melinda Gates Foundation, ad esempio, è famosa per la lotta alla poliomielite e per le campagne di vaccinazione in Africa ma tra i suoi progetti principali annovera proprio quelli sulla scuola pubblica americana. Un terreno sul quale la Fondazione Golinelli si contraddistingue è la ricerca di un dialogo tra arte e scienza: ha profondamente raccolto l'eredità della tradizione rinascimentale italiana. C'è nei suoi progetti l'umanesimo di Coluccio Salutati. C'è la potenza del De Prospectiva Pingendi di Piero della Francesca. C'è l'Uomo vitruviano, ripreso come radice e come speranza per il futuro. Entrambe le fondazioni contribuiscono quindi alla costruzione di un nuovo welfare educativo, concorrono a far germogliare quelle fondamentali capabilities di cui parla la filosofa Martha Nussbaum.

*private banker Albertini Syz

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Un tempo erano le colonie, oggi si chiamano centri estivi. Tutte quelle agevolazioni per i lavoratori che nella fabbrica di stampo fordista erano elargizioni paternalistiche, sono diventate elemento integrante dello Stato sociale che, in tempi di crisi, trae dal welfare aziendale un supporto fondamentale all'offerta di servizi sociali. E l'Emilia-Romagna, storicamente terra di sane relazioni industriali, è modello di riferimento per il welfare del futuro. Si va dagli asili ai buoni spesa, da strumenti di sostegno alle famiglie, alle cure sanitarie. Ma anche seminari per la prevenzione delle malattie (progetto Benessere Donna di Serigrafia 76 di Reggio Emilia) e navette aziendali (Hera, Yoox, Walvoil).

È indubbio, però, che le aziende investono sulle agevolazioni se hanno grandi fatturati oppure se sono incentivate dal pubblico. La Cgil infatti lancia l'allarme: «Le esperienze più significative esistono solo nei grandi gruppi, come Coca Cola, Barilla, Parmalat — spiega Umberto Franciosi segretario generale Flai-Cgil Emilia-Romagna — Ma a livello di medie imprese abbiamo poco, perché non c'è ancora una politica fiscale di incentivi. Non si può sostenere il welfare aziendale se non si sostiene la contrattazione di secondo livello. E su questo tema il Governo Renzi ha fatto grossi tagli, tassando anche i premi di produzione». Lo stesso Giorgio Squinzi, all'assemblea degli industriali, ha evidenziato: «Il welfare è il terreno più sfidante delle moderne relazioni industriali».

Proprio in tempi di Jobs Act, le aziende avrebbero bisogno di investire sul benessere dei propri dipendenti. Infatti, proprio in tempi di globalizzazione l'au-

Gli asili nido nelle aziende emiliano-romagnole

Anno Educativo	Nidi aziendali	Posti	Nidi totali	Posti totali nido	% servizi	% posti aziendali
2010 - 2011	19	672	986	36.890	1,9	1,8
2011 - 2012	22	880	1.016	37.974	2,2	2,3
2012 - 2013	26	1.108	1.018	38.278	2,6	2,9
2013 - 2014	33	1.441	1.009	38.179	3,3	3,8

centimetri

Nidi aziendali e screening Ecco come le imprese sostengono i dipendenti

Ma la Cgil avverte: «Il welfare aziendale non si sorregge se non si aiuta la contrattazione di secondo livello»

mento della produttività, e quindi della competitività, dipende soprattutto dalla salute e dal soddisfacimento dei bisogni del personale. E questo i grandi gruppi dell'Emilia-Romagna lo sapevano già prima della crisi.

Hera ha avviato l'esperienza

Coop Adriatica

Nel 2014 sono state elargite 150 borse di studio, 368 prestiti a tasso agevolato

dei nidi aziendali nel 2007. Oggi ne ha all'attivo 5 per un totale di 72 posti, disponibili 11 mesi all'anno. La multiutility ha poi avviato nel 2013 il progetto «Le politiche del buon rientro», con un contributo di 257 mila euro della Presidenza del Consiglio dei mi-

nistri per sostenere i congedi di maternità, paternità e parentali.

In tutta la regione sono 1.500 i posti sparsi in nidi aziendali da Rimini a Piacenza. Con l'estate ormai alle porte, inoltre, il vero grande supporto delle imprese alle esigenze delle famiglie sono i centri estivi, fiore all'occhiello del welfare partecipato. Sempre Hera ha investito nel 2015 20 mila euro su strutture per i figli dei dipendenti da 3 a 10 anni e sui soggiorni per i più grandi da 7 a 14 anni. Legacoop ha promosso la convenzione tra Manutencoop, Coop Adriatica, Camst, Assicoop e Unipol, che offrono ai propri dipendenti la possibilità di iscrivere i figli da giugno a settembre in 35 punti tra Bologna, Modena, Ravenna, Forlì-Cesena e Rimini. Sono più di 400 i posti disponibili a tariffe inferiori ai prezzi di mercato. Manutencoop copre interamente i costi per ogni figlio fino a tre settimane.

ne.

C'è poi il comparto socio-sanitario delle agevolazioni per i lavoratori di Coop Adriatica: nel 2014 sono state elargite 150 borse di studio, 368 prestiti a tasso agevolato, 75 mila euro a fondo perduto sono stati erogati dal Fondo di solidarietà per dipen-

Mobilità

Hera, Yoox e Walvoil hanno istituito navette per il trasporto del personale

denti in stato di rilevante bisogno economico. Sempre nel 2014 Coop Adriatica ha concesso un congedo matrimoniale per una coppia omosessuale. Anche questo è welfare.

Andreina Baccaro
© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'economista

L'eredità dell'Umanesimo civile

Zamagni: «Si sta aprendo una fase nuova»

«La figura dell'imprenditore illuminato nasce in Italia ai tempi dell'Umanesimo civile. Gli imprenditori della lana, per esempio, formavano quelli che oggi chiameremmo consorzi e finanziavano opere di interesse per la collettività, come chiese, ospedali e scuole. I principi non avevano tempo per queste cose, dovevano pensare al loro esercito e al loro potere». Per Stefano Zamagni, economista e cofondatore della Scuola di economia civile, non c'è nulla di nuovo: la tradizione dell'industriale ha radici secolari.

Professore, come si arriva ai giorni nostri?

«Le cose cambiano con la Rivoluzione industriale: l'imprenditore comincia a pensare a se stesso e a costruire capitale. Al suo posto intervengono i comuni e le opere pie. È solo nel Dopoguerra che questo sistema è stato codificato come welfare statale e si è arrivati fino a oggi».

E oggi cosa è successo?

«Nel secolo scorso questa pratica è andata in crisi. Lo stato non ha più soldi, quelli

della società civile non bastano. Così si è tornati alle antiche origini, con una crescita di imprenditori lungimiranti e per cui l'Emilia-Romagna è ai primi posti in Italia».

Qual è il principio che anima queste figure?

«Quello di restituzione al territorio. Questi industriali non pensano solo a sé, ma



Stefano Zamagni

anche alla "civitas", mettono in relazione sapere e denaro per costruire opere. È nell'interesse dell'imprenditore farlo, se il territorio in cui insiste non ha coesione sociale, la sua azienda ci rimette».

C'entra qualcosa con gli stranieri che qui vengono a investire?

«Ducati, Lamborghini, Phi-

lip Morris... tutti sanno che a Bologna c'è un tessuto sociale forte, dovuto al fatto che le persone non vedono più un'antagonista nell'impresa, come invece succedeva una volta. Vedono bensì un alleato con cui portare avanti dei progetti. E questo va a beneficio della ditta. Un imprenditore illuminato è tale perché guarda avanti e non pensa solo a massimizzare il profitto nel breve termine, come fanno gli speculatori».

Che futuro vede per queste buone pratiche di imprenditoria e di welfare aziendale?

«Occorre che enti locali e sindacati comprendano tutto questo e si mettano a dialogare con chi regge un'azienda per consentire un allargamento alla scuola e reinventare il welfare. Servono più stage nelle imprese per studenti con crediti formativi. E servono più pratiche per fare assistenza a bambini e anziani. A Bologna ad esempio si sta aprendo una fase nuova e sono convinto che entro un anno cambieranno molte cose».

A. Rin.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il consulente

«L'etica rende più competitivi»

Per Alberto Aleo fidelizza il cliente e libera le idee

Alberto Aleo e la moglie Alice Alessandri vivono a Cesena. Con il loro «Un passo a due» offrono consulenze e formazione per aziende e istituzioni operanti nei più svariati settori (Valfrutta, Illy, Confindustria), ma sempre con un approccio basato sulla vendita etica. Tant'è che il loro saggio «La vendita etica» (Franco Angeli) uscirà addirittura negli Usa a cura della Business Express Press.

Quali sono i vantaggi per le imprese che «si comportano bene» dentro e fuori?

«Le pratiche di cui date conto si classificano come "responsabilità sociale di impresa", che servono all'azienda per impostare la loro reputazione. Detto questo, agire eticamente ti consente di aumentare le vendite: un cliente acquistato attraverso questo tipo di relazione rimane e fa un passaparola positivo. Chi ha un approccio etico al mercato ha fatto pace con se stesso, vive bene il suo lavoro ed è anche più produttivo. Ma soprattutto guarda al lungo periodo. Introdurre l'etica significa adottare un paradigma per stare a lungo sul mercato: se a livello esterno comporta

i benefici di cui prima, a livello interno ha un impatto veloce su produttività, creatività e relazioni umane».

Cioè cosa succede in azienda?

«Integrare l'etica dentro ai processi relazionali, sia a livello di cliente che di personale, consente di creare dialogo dove prima non c'era. E liberare risorse, così dalla mente delle



Alberto Aleo e Alice Alessandri

persone nascono nuovi spunti. Le persone vanno in conflitto tra di loro o con i clienti quando sono in conflitto di identità, quando non hanno fatto chiarezza sui loro obiettivi e non cosa fanno in quel posto: l'etica li aiuta a mettere a posto questi contrasti e a trovare la verve per competere sul mercato».

Insomma non solo prodotti, ma anche un'azienda «mamma».

«L'aspetto umano è stato per molto tempo ignorato dalle aziende perché prima veniva il profitto poi il rapporto interno. Oggi il paradigma è contrario. Oggi profitto e successo sono il risultato dello star bene».

Che idea vi siete fatti del tessuto imprenditoriale emiliano-romagnolo?

«Positiva. Noi italiani siamo famosi per la cosiddetta "azienda familiare", che ci viene invidiata da tutto il mondo. È chiaro che il tessuto nostro va nella direzione dell' "azienda umana", dove le imprese hanno una dimensione gestibile, pensiamo anche alle cooperative. Certo qualche imprenditore è ancora autoreferenziale, però in Emilia-Romagna la vendita etica trova un terreno fertile, proprio perché le dimensioni famigliari delle aziende sono elevate e poi perché c'è una certa coesione sociale e un cooperativismo più radicato. Non è un caso se abbiamo deciso di tenere la nostra base a Cesena».

A. Rin.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ALLUMINIO
BRONZO
GHISA
OTTONE
RAME
PIOMBO

metalparma

A faint, light-colored wireframe illustration of industrial metal components, including rectangular blocks and a cylindrical part, positioned behind the company name.

METALPARMA s.r.l.

Via R. Tagliani, 32/A - (area ex salamini) 43122 PARMA

Tel. 0521 241296 - Fax 0521 487727

info@metalparma.it - www.metalparma.it

L'INTERVISTA

Elisabetta Franchi

La presidente del gruppo bolognese annuncia le sue nuove mosse. Ancora due anni per la quotazione e per portare l'export al 70%



«Betty Blue guarda agli Usa»

Chi è

Elisabetta Franchi, bolognese, 47 anni, è presidente e amministratrice delegata del gruppo di moda che porta il suo nome (Betty è diminutivo di Elisabetta)

di **Francesca Blesio**

A fare gli onori di casa è Leone. Entrando nel quartier generale di Elisabetta Franchi, il primo ad accoglierti è un enorme cucciolo color miele. È uno dei 10 cani che gironzola nella maison. «Chi ama gli animali, come fa? Dove li lascia quando va a lavorare?». La domanda è retorica perché Elisabetta Franchi, anima e corpo della casa di moda che porta il suo nome, ne ha da tempo trovato la risposta inserendo per prima la «dog hospitality» per gli amici a quattro zampe dei suoi dipendenti nei seimila metri quadrati dell'head quarter di Granarolo. Mentre Leone guarda l'orizzonte verde e pianeggiante della campagna bolognese, negli uffici si lavora alacremente per preparare la prossima collezione. Le creazioni di Elisabetta Franchi hanno vestito le curve perfette e generose di Jennifer Lopez, la raffinata stella del cinema Kate Hudson, lo splendore naturale di Jessica Alba fino all'icona di stile Olivia Palermo.

«Ed è un marchio che non si trova, in America. Anche il nostro e-commerce, per scelta, ora non è accessibile oltreoceano. Ma abbiamo un ufficio con showroom per gli stylist delle celebrity che lavora sul territorio, direttamente negli States».

Quando sbarcherete in America, signora Franchi?

«Ci stiamo lavorando, ma sono poche le aziende che hanno fortuna varcando quel confine. In America dettano legge loro. Quindi abbiamo deciso di iniziare a vestire certe donne da lontano, creando un'aspettativa e cercando di capire che tipo di clientela troveremo, mettendo a punto la strategia più appropriata per muoverci negli Stati Uniti».

Si è parlato di un altro grande passo per la vostra azienda: la quotazione in borsa. Quando sarà?

«A oggi quest'azienda sarebbe pronta, ma non è il nostro primo pensiero adesso. Dobbiamo crescere ancora. Quindi per almeno due anni non ci saranno novità in questo senso».

L'ingresso del fondo Trilantic Capital Partners come sta incidendo nel vostro percorso di espansione?

«È entrato con l'obiettivo di consolidare i mercati esistenti e sviluppare la presenza del

nostro marchio all'estero. Ma l'avventura è appena cominciata, tracciare un bilancio oggi sarebbe prematuro».

Aveva dichiarato di voler arrivare a vendere per il 70% all'estero. A che punto siete?

«Siamo ancora al 35% e per crescere va invertito il fatturato. Vorrei che tra due anni si arrivasse al 70%, obiettivo che ci eravamo dati tre anni fa. Due sono passati, ma ne serviranno altri due, a mio parere. Cina e Russia, su cui siamo forti, sono mercati oggi problematici. C'è un riassetto, i tempi si sono allungati per forza di cose. Intanto stiamo lavorando sull'ex Unione Sovietica ripianificando la strategia sul territorio, cercando di trasmettere il nostro brand attraverso il nostro modo di sentire. Cerchiamo di portare l'artigianalità di Elisabetta Franchi fuori dai nostri confini. In Italia non ci rendiamo conto del patrimonio che abbiamo con il made in Italy: dovremmo fare coalizione, e invece ci facciamo la guerra...».

E in Emilia-Romagna come va?



Una fondazione-museo come Prada? È prematuro, ma mai dire mai. Io amo Bologna e non la lascerei per nulla al mondo. Ma ora corro per riuscire a portare il brand fuori dal territorio italiano: la nostra sfida adesso è questa, ma dopo perché no?

«Qui gli imprenditori sono lasciati a loro stessi, per le imprese ci sono solo tasse e nulla in cambio. È naturale quindi che si guardi all'estero, qui non c'è nessun agio. L'Emilia-Romagna però ha altri punti di forza: è piena di persone solari e tenaci. E donne forti e simpatiche che con un mattarello e un sorriso sfidano il mondo».

Ha mai ragionato su una fondazione Elisabetta Franchi per Bologna, come Prada per Milano?

«È prematuro, ma mai dire mai. Io amo Bologna e non la lascerei per nulla al mondo. Ma ora corro per riuscire a portare il brand fuori dal territorio italiano: la nostra sfida adesso è questa, ma dopo perché no?».

I numeri dell'e-commerce in Italia sono molto alti (+23,4% nel 2014), come sta andando a voi?

«Bene, anche se abbiamo cominciato da poco e ci rivolgiamo per adesso solo al pubblico italiano. Ma a breve ci apriremo ad altri mercati. Fatturiamo come un negozio, ma con i tre quarti di spese in meno. In realtà, concettualmente, la vendita online non mi piace. Vorrei che le clienti entrassero in boutique per vivere il nostro mondo, respirare il nostro profumo, ma questo è il futuro: le donne hanno sempre meno tempo a disposizione, e se desiderano vestire un nostro capo è giusto che possano farlo senza stravolgere le proprie giornate».

Come sono scandite le sue giornate invece?

«Sveglia alle 7, e preparazione dei miei due figli. Alle 9.30 sono in azienda, ma mail e telefonate cominciano ad arrivare molto prima. Sono stilista e anche imprenditrice da quando mio marito nel 2008 ci ha lasciato. Se dovessi occuparmi solo dello stile sarei una donna molto più felice».

Ci racconta invece dei suoi inizi?

«Sono nata e cresciuta in una famiglia povera, è anche per questo che a sedici anni, ho lasciato gli studi per cominciare a lavorare. Ho iniziato come commessa in alcuni negozi del centro di Bologna. Amavo la moda, ma non gli abiti che vendevo. Pensavo: se fossi ricca disegnerei qualcosa di mio, che mi rappresenti di più. Ma proprio la mia storia insegna che non è necessario nascere ricchi né avere le spalle coperte per centrare i propri obiettivi. Se vuoi, con un pizzico di fortuna, puoi. Ma i treni bisogna anche saperli prendere...».

Lei come ci è salita?

«Da commessa sono diventata in qualche anno il braccio destro di una prontista. Dopo poco tempo avevo in mano tutti i fornitori. A quel punto mi sono resa conto che potevo farcela. E il mio grande amore mi ha spronato e aiutato. Così, nel 1998, ho fondato Celyn B. Tutto è cominciato con due forbici, due dipendenti e tre gatti, oggi siamo in 240».

Come ha moltiplicato quei numeri?

«Puntando su di me e sulla convinzione che proponendo la mia idea di donna non avrei sbagliato. “Non devo vestirle tutte”, mi sono detta. E si è rivelata un'intuizione vincente».

L'azienda

La storia

L'ex commessa che ha coronato un sogno: disegnare i suoi capi

L'azienda guidata da Elisabetta Franchi ha chiuso il 2014 con un fatturato di 111.579 milioni di euro. L'anno prima i ricavi erano di 106 milioni di euro (con un ebitda di 26, un patrimonio netto di 49 e una percentuale di crescita del 6%). Ancor più sbalorditivo è il confronto con i numeri (già alti) del 2009: i ricavi allora erano di 65 milioni. In cinque anni sono raddoppiati. Dietro a questo successo c'è una designer classe '68 che nel 1996 apre un piccolo atelier nel bolognese con appena cinque collaboratori. Il laboratorio si ingrandisce, e nel 1998 nasce la Betty Blue spa che produce la collezione Celyn B, dove «B» sta per «Betta», diminutivo della designer. Nel 2012 Elisabetta decide di presentarsi col suo nome firmando in prima persona le sue collezioni. Dal 2008 l'headquarter della maison è a Granarolo, nella campagna bolognese, e vi possono entrare anche gli amici a quattro zampe dei dipendenti. Celebre è infatti l'impegno etico e dog friendly di questa imprenditrice (le sue collezioni di aderiscono al Fur Free Retailer Program) che giusto lo scorso aprile ha lanciato la capsule Ef Loves Dogs, una linea pensata tutta per i cani e i cui proventi andranno a sostenere iniziative in tutela e difesa degli animali. Nel 2013 Elisabetta Franchi ha invece scelto Milano per l'apertura del suo primo showroom direzionale, in via Tortona 9, nel cuore del fashion district cittadino. Contemporaneamente il fondo Trilantic Capital Partners ha fatto il suo ingresso in Betty Blue con l'obiettivo di consolidare i mercati esistenti e sviluppare la presenza del brand all'estero. La sua presenza nell'azionariato dovrebbe consentire all'azienda di dotarsi di solide regole di corporate governance funzionali anche alla prossima quotazione in Borsa. Forte di una distribuzione capillare in tutto il mondo (con 1.106 multimarca e 63 store monobrand, 39 dei quali all'estero) il piano strategico dell'azienda mira ora a ridurre il numero di punti vendita «per elevare la qualità della rete distributiva di negozi monomarca», aprire store monobrand in Cina con partner qualificati, crescere ulteriormente in Russia e nell'Europa dell'Est con partner locali, puntare su department store e free-standing store in Europa Occidentale, e su flagship store nelle più importanti città del mondo. Un altro passo annunciato è l'apertura di un canale e-commerce dedicato ai paesi stranieri. Lo scorso settembre il luxury brand ha debuttato sulle passerelle di Milano, dove Elisabetta Franchi ha presentato una principessa contemporanea per questa S/S. «La mia — ricorda la designer — è sempre una donna con la “d” maiuscola e di grande femminilità anche se indossa un tailleur androgino».

F. B.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



- Noleggio - Assistenza - Vendita piattaforme aeree, sollevatori telescopici, carrelli elevatori ed autocarri

Disponibilità, con personale qualificato, a sopralluoghi e preventivi.

**AUTOCARRATE,
PATENTE B,
25 METRI DI LAVORO**



Sede:

Via dell'Elettronica, 9 - 41042 Spezzano di Fiorano (Mo)
Tel: 0536 - 844348

Filiali:

Via Malavolti, 1
41122 Modena
CEL 393 - 2083903

Via Giardini Nord, 140
41026 Pavullo nel Frignano (MO)
CEL 348 - 3119309

Cappelletta del Duca
41030 S. Prospero (MO)
CEL 346 - 6006762

MONOPOLI

«La città dimostri di voler bene al **Marconi**»

Postacchini: «In Borsa conto sui bolognesi. Con Emirates a 7 milioni di passeggeri»

Chi è

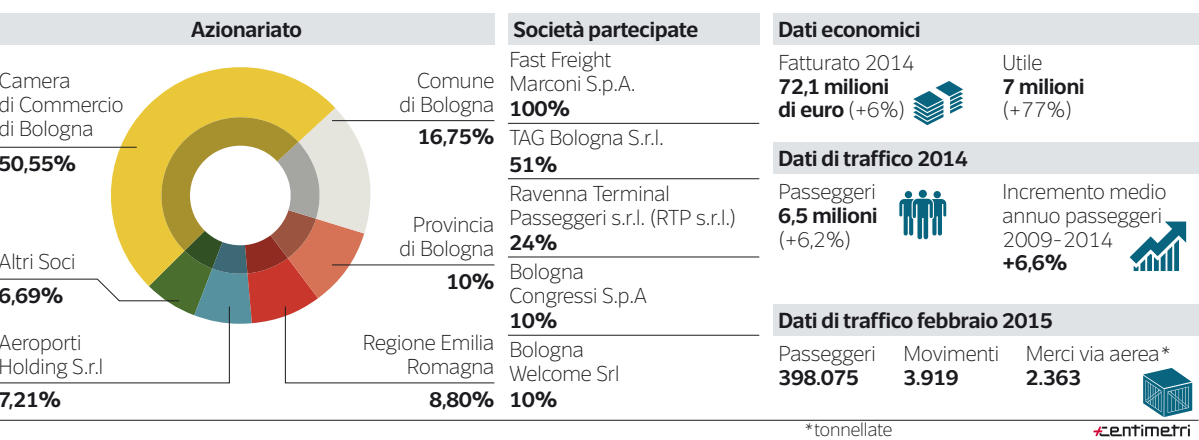


Enrico Postacchini, bolognese, classe 1958, è presidente dell'aeroporto Guglielmo Marconi e anche presidente di Ascom Confcommercio Bologna

Come una ciliegina sulla torta, l'accordo con Emirates è arrivato ad accrescere l'appel di Aeroporto di Bologna già lanciato verso la Borsa, segmento Star. Quello per Dubai è il primo volo intercontinentale, eccezion fatta per il Bologna-Istanbul della Turkish; e per di più con la più dinamica compagnia del mondo, che investe sulla rotta giornaliera un B777 da 360 posti. Perciò il presidente Enrico Postacchini può dire che «s'avvicina l'obiettivo di raggiungere quest'anno i 7 milioni di passeggeri».

Un bel colpo di fortuna in prospettiva quotazione... «Più che fortuna, è il risultato di un lungo lavoro e la conferma che il nostro impianto ha le carte in regola per giocare da protagonista in serie A. Oltre a Emirates, che vale più di 5 mila passeggeri a settimana, altre compagnie collegheranno 9 nuove destinazioni europee. E già oggi, con 99 voli internazionali, siamo quarti per connettività». La Borsa apprezzerà? «Vedremo, di interesse ce n'è tanto». A quando il debutto? «Abbiamo depositato la domanda in Consob alcune settimane fa e non ci risultano intoppi nella valutazione del progetto. Perciò auspico che lo

L'aeroporto Marconi di Bologna in cifre



C
Sul web
Puoi leggere gli articoli di Corriere Imprese, condividerli e lasciare commenti su www.corrieredibologna.it

sbarco in Borsa possa avvenire entro l'estate».

Per ora al servizio della quotazione avete deliberato un aumento di capitale attraverso l'emissione di 6,8 milioni di nuove azioni. Qualche dettaglio in più?

«I consulenti, Banca Imi, Lazard e Intermonte, sono al lavoro su molti particolari ancora da definire. Sarà un'operazione mista, in parte di sottoscrizione in parte di vendita a nuovi investitori, istituzionali e retail. Tra questi anche i dipendenti. È prevista una diluizione delle attuali quote, che però non impedirà a Camera di Commercio e Comune di guidare il passaggio

al nuovo assetto azionario».

Circolano queste cifre: al mercato il 35-45%, a Camera di Commercio e Comune, il 43%, il restante ai soci attuali, che però faranno cassa diluendosi. Sarà così?

«Non posso fare numeri o parlare per gli altri. Ma confermo che tutti si diluiranno».

Quanto vi entrerà in cassa per nuovi investimenti?

«Negli ultimi anni abbiamo effettuato investimenti per 40 milioni. Nei prossimi ce ne vorranno molti di più. Dobbiamo ampliare e riqualificare le opere di terra, completare i collegamenti con la città, ottimizzare i servizi. L'obiettivo è raggiungere

una capacità massima di 10 milioni di passeggeri all'anno. Quanti ne arriveranno dall'operazione Borsa lo deciderà il mercato, prezzando le nostre azioni».

Lei cosa si aspetta?

«Mi auguro che il titolo sia ben accolto. Possiamo contare su un bacino residenziale di 10,7 milioni di persone e 47 mila aziende e stiamo crescendo a buon ritmo: le condizioni per un successo ci sono, e in più conto che tanti bolognesi dimostrino di voler bene al loro aeroporto».

Dagli intoppi al People mover non si direbbe...

«Sono giorni decisivi per

un'opera su cui abbiamo investito 8,8 milioni. Sono fiducioso perché dal varo di Fico in poi mi pare che sia tornata la voglia di fare squadra».

In città forse. Ma intanto Rimini e forse Forlì tornano a farvi concorrenza, in Toscana Firenze-Pisa punta a diventare un big da 15 milioni di passeggeri. Ha paura?

«Sono avventure imprenditoriali private che rispetto. La concorrenza, se leale, è solo uno stimolo in più».

Cosa intende per leale?

«Secondo le regole del mercato e senza aiuti esterni. Come facciamo noi».

Intanto Fs investe miliardi per portare la Tav negli aeroporti di Milano, Venezia e Roma, quando a Bologna basterebbe una deviazione di 300 metri per entrare nel terminal. Occasione persa?

«Bologna ne ha perse tante, la metro per esempio. Ma bisognava pensarci 20 anni fa. Ora non ha senso ripartire da zero».

A chi vi accusa di essere diventati uno scalo low cost, schiavo di Ryanair?

«Il low cost è il fenomeno del decennio, in tutti i settori. Impossibile farne a meno. Ma da noi rappresenta il 51% del traffico, quindi il mix è equilibrato».

Massimo Degli Esposti
© RIPRODUZIONE RISERVATA





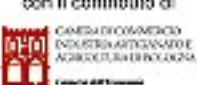
Verso il futuro

Fare impresa e diventare imprenditore. Verso il futuro.

Il tuo avventre professionale inizia oggi: grazie a CNA Bologna, Ecipar Bologna e Banca di Bologna puoi partecipare a un percorso di formazione gratuito dedicato all'imprenditorialità, svolto in collaborazione con la tua scuola. Confrontandoti con consulenti aziendali e imprenditori, imparerai a guardare il mondo con occhi diversi, attraverso lo sviluppo della tua creatività, l'acquisizione di competenze manageriali e la capacità di leggere il mercato. Un percorso triennale che dalla terza superiore affianca formazione in aula e stage in azienda per sviluppare la tua mentalità imprenditoriale.

Per informazioni e iscrizioni rivolgiti alla tua scuola o visita www.cnaversoilfuturo.it

Va in onda la tua impresa





IL TUO CONCESSIONARIO

DOOSAN**Bobcat®**

Bobcat E20 tuo a 459 €

- FINANZIAMENTO AGEVOLATO IN 36 MESI A TASSO ZERO SALVO ACCETTAZIONE SOCIETA' DI LEASING
- 1 ANNO DI GARANZIA
- SUPERVALUTAZIONE DELL'USATO BOBCAT

OFFERTA VALIDA FINO AL 30.06.15 C/O le sedi DMO

VENDITA - ASSISTENZA - RICAMBI - NOLEGGIO

www.dmomacchine.it

0544.585600

DMO S.p.A. SEDE RAVENNA - Via Pietro Renzi 2 48026 Russi - info@dmomacchine.it

MONOPOLI

Ferrari chiama Wall Street risponde E Maranello saluta

Entro l'anno l'Ipo del decennio. Ma la Rossa ha già rotto i ponti con la sua città

Il gran premio è agli ultimi giri: questione di settimane, forse meno, e il mondo saprà in quale Borsa risuonerà il rombo del Cavallino, che stime nemmeno generosissime prezzano tra i 5 e i 6 miliardi di euro. Quasi di sicuro Wall Street ed, eventualmente, su un mercato secondario, con Londra favorita sui cugini di Milano. Sul mercato finirà inizialmente il 10%, non tanto: l'effetto scarsità dovrebbe aumentare l'euforia. Già dal primo inverno le banche d'affari anglosassoni ed elvetiche hanno umilmente fatto la fila davanti all'ufficio del presidente Sergio Marchionne. Se non sarà l'Ipo del secolo, ci mancherà molto poco.

A giochi fatti, Exor, la holding degli Agnelli, e Piero, il figlio del Drake, manterranno un complessivo 35%, da raddoppiare, grazie alla normativa sul voto maggiorato. Sul Cavallino, come già su mamma Fiat, regnerà una holding di diritto olandese tetragona a una tradizione fatta di pulegge, gnocco e tigelle, tradizione che persino Maranello ha dovuto abiurare, accodandosi al tran tran globalizzatore. Le Ferrari parcheggiate davanti ai negozi di gadget hanno targa Francoforte, o magari proprio quella olandese, quando non di Paesi lontani oceani.

Se una volta tra i clienti avevano un posto d'onore l'industriale di Piacenza e il dentista di Brescia, ora la Rossa rispon-

Il ristoratore Di manager Ferrari qui ormai non se ne vedono più

Montezemolo Il nostro brand è Maranello, non Modena

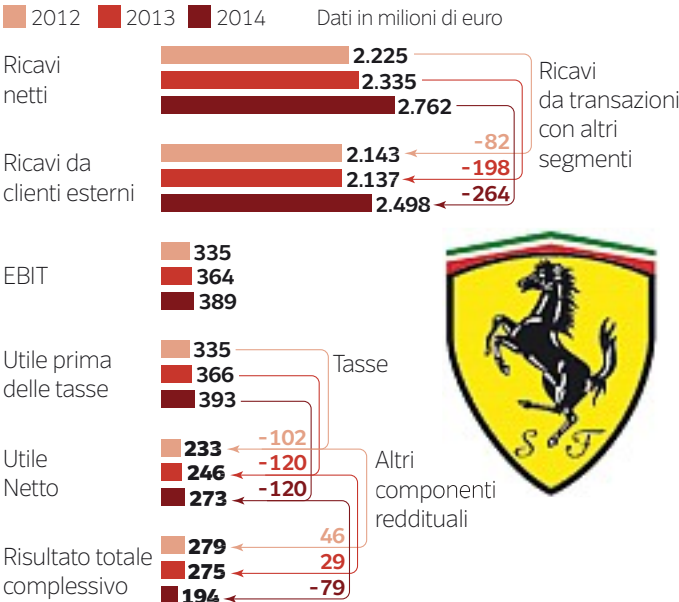
de a gusti e aspettative di tycoon asiatici e oligarchi moscoviti.

Su 7.255 automobili vendute nel 2014, 700 sono finite nella Greater China, area affidata alle cure di Edwin Fenech, figlio dell'attrice Edvige e ora promosso da Marchionne a capo del primo mercato, gli Stati Uniti, dove l'anno scorso 2.145 persone si sono permesse lo sfizio del Cavallino. E quei clienti, se vengono in Italia, non li si può certo portare in trattoria all'Ubersetto di Fiorano, dove un tempo, in mezzo a battesimi e cresime, potevate trovare l'ingegner Mauro Forghieri davanti a un bicchiere di lambrusco. No, i miliardari chiedono la quiete del Mugello; oppure Ponte vecchio a Firenze, che nel 2013 fu chiuso al consueto traffico pedonale per un evento di rappresentanza organizzato dal Cavallino con il placet dell'allora sindaco Matteo Renzi, incurante nel rottamare il sommo scandalo di architetti, paesaggisti e altri eruditi.

Alla peggio, gli uomini in rosso si trincerano dentro una fabbrica ormai trasformata in un'autarchica cittadella, messa lì, in mezzo agli ultimi lembi di Pianura padana, come se fosse una costruzione in Lego, tanto ti dà l'idea di poterla smontare in qualche ora e portarla altrove. Tutto intorno, l'altra Maranello è ormai una città museo, dove anche le insegne delle carrozzerie un tempo in-

La Ferrari in numeri

Conto Economico Sintetico Ferrari Spa



Fonte: annual report Fca

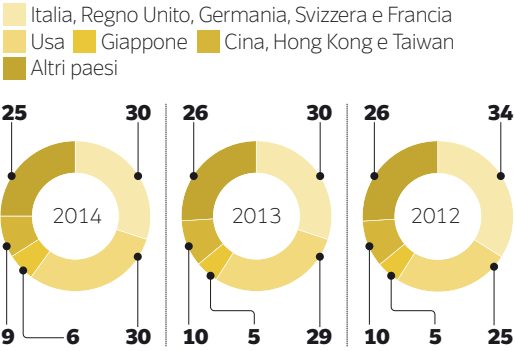
Lo stato patrimoniale

Dati in miliardi di euro



Vendite

Dati in percentuale



centimetri

dotta del gioiellino sono sbadite come souvenir.

Del resto, e anche qui è la banalità della globalizzazione, oggi non ha senso saldare la catena dei fornitori al territorio. Se Marchionne, un italo-canadese con residenza in Svizzera e innamorato di Detroit, discute di auto senza pilota con Google, nel 2012 il board di Maranello, che quasi per metà è di lingua straniera, accolse Eddy Cue della Apple. Sarebbe bello, sapere cosa ne penserebbe il Drake, lui che all'ultima firma aveva mandato gambe all'aria l'accordo con la plutocrazia yankee targata Ford. «Di manager della Ferrari, qui a mangiare, non se ne vedono praticamente più», ti dicono i gestori del Bar Gallery. «Ormai hanno tutto dentro, le cucine, il ristorante, tutto ciò che serve per non uscire mai». Nemmeno i piloti si concedono più ai comuni mortali. E non è che bisogna tornare al povero Gilles Villeneuve per ricordarsi di quando le cose erano diverse. «No, qui veniva Barrichello, e una volta è entrato Alonso». Poco più in là, al Maranello Caffè, un avvento-

re spiega che «Schumacher sì, ogni tanto mi capitava di trovarmelo nel tavolo di fianco. Anche Felipe Massa l'ho visto per la prima volta al bar».

Certo, le rivoluzioni non si fanno in un giorno: e se la Ferrari si distacca dalle natie terre nello spirito, nella mentalità iperglobale da società liquida e mutevoli radici, prima ancora che nelle alchimie giuridiche all'olandese, non è solo per volere di Marchionne, uno a cui non sono mai andate giù certe ataviche leggi del Cavallino, tipo impiegare centinaia di uomini per produrre, in F1, due vetture all'anno.

«Il nostro brand è Maranello, non Modena», soleva dire Luca Cordero di Montezemolo ai cugini del capoluogo, dove pure è fino a oggi rimasta la sede legale censita dal sito internet. Ma per Maranello si intendeva la cittadella di cui sopra, inespugnabile da stakeholder sempre più scomodi e invadenti, tipo quella Fiom che, mentre conduceva battaglie di retroguardia su contratto aziendale e premio di risultato, come se la Rossa fosse la Sata di Melfi, seguiva il

dito e perdeva di vista la luna.

Inutile parlare, poi, dei palazzi del potere, i primi a credere che la piena emilianità della Ferrari fosse una necessità storica, e non una contingenza. Presidente della Confindustria geminiana a cavallo dei due millenni, prima di passare a quella nazionale, Montezemolo ha via via diradato le apparizioni sul territorio. Nel novembre del 2004, quando da poco aveva assunto pure la presidenza di Fiat, tornò dai collegli modenesi per presentare «Quel gran pezzo dell'Emilia», libro del compianto Edmondo Berselli. A un certo punto, la discussione cadde sugli standard qualitativi dei politici locali. «Rimpiango i tempi del vecchio Pci: almeno, allora, c'era qualcuno capace di parlare con le aziende, e di assumersi la responsabilità di decidere», disse a sorpresa l'onorato ospite. La platea sorrise e applaudì, come se fosse una di quelle boutade che a Montezemolo tanto piacciono. A ripensarci ora, sembrava più un saggio avvertimento.

Nicola Tedeschi
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sul web
Puoi leggere gli articoli di Corriere Imprese, condividerli e lasciare commenti su www.corrieredi-bologna.it

«Un debutto da F1? Dipende dal prezzo»

L'analista: «Potrebbe valere 10 miliardi. Ma solo come azienda del lusso»

«Ancora non si sa quando esattamente la Ferrari finirà in Borsa. Però credo che sarà entro il terzo trimestre, ovvero a settembre». Andrea Balloni, analista con esperienze in Banca Imi e Ing, oggi opera nel team milanese di Fidentiis Equities, società indipendente di ricerche in campo finanziario nata nel 2003 e con quartier generale a Madrid. A lui *Corriere Imprese* ha chiesto delucidazioni sull'attissima quotazione del Cavallino. Sergio Marchionne, negli ultimi cinque anni, aveva più volte scartato l'ipotesi della Borsa. Perché ha cambiato idea?

«La svolta è avvenuta a seguito della presentazione, a maggio 2014, dell'ultimo piano industriale di Fiat Chrysler. Quel piano prevedeva un forte assorbimento di liquidità nei primi anni, con una generazione importante di cassa solo successiva. Fca ha così deciso di fare uno spin-off di Ferrari e venderne un pezzetto, per riequilibrare l'indebitamento nel breve termine. Un altro

Come produttore di auto dovrebbe valere meno

Ma la domanda di Cina e Usa sosterrà la redditività

aspetto è che questo consentirà di passare il controllo di Ferrari a Exor, la holding di casa Agnelli».

Cosa significa? «Per spiegarlo bisogna sapere come funzionerà tecnicamente la quotazione, su cui peraltro, almeno finora, sono uscite solo indiscrezioni e non documenti ufficiali. Attualmente, Ferrari appartiene per il 90% al gruppo Fca. Questo, come primo passaggio, metterà sul mercato un 10%».

E in seguito? «Fiat Chrysler conferirà un altro 80% del Cavallino ai propri azionisti, che quindi diventeranno in maniera proporzionale azionisti diretti di Maranello. Importante ribadire: questa fase dello spin-off dovrebbe essere cronologicamente separata dal primo collocamento. Exor, che è appunto la storica controllante di Fca, si dovrebbe ritrovare circa un 24% di Ferrari, ottenendone la maggioranza relativa, probabilmente ancora in blocco con il 10% che resterà in mano a Piero, il figlio del Drake».

L'unica certezza fornita al momento da Marchionne è che



«l'Ipo sarà molto rapida, il tempo di mangiare un panino».

«Be', è lecito supporre che il titolo Ferrari sarà talmente desiderato che Fiat impiegherà pochissimo per piazzare quel primo 10%: una quota molto contenuta su cui influirà l'effetto scar-

sità».

Come per Facebook o Ali Baba?

«Tutto dipenderà dalla forchetta di prezzo. Conoscendo Marchionne, cercherà quello più alto possibile. Ma se la valutazione globale di Ferrari sarà in linea con alcuni rumors che parlano

Gran Premio
Un momento del controllo ai box per la rossa del Cavallino rampante

di 10 miliardi di euro, tutta questa euforia potrebbe non esserci: maggiore è la valorizzazione di partenza, più c'è il rischio di un rimbalzo del titolo al ribasso. La forchetta potrebbe invece essere inferiore se il Cavallino sarà considerato un titolo industriale e non tra quelli del lusso».

Anche qui, invero, Marchionne è stato chiaro: il Cavallino, ha detto, è «un marchio del lusso».

«Certo, il brand è al 100% ascrivibile al settore del lusso, e il posizionamento dei prezzi pure. Tuttavia, vendere un'auto non è come vendere una borsa di Gucci. I ritorni sugli investimenti, i margini non sono comparabili. Sarebbe logico considerare la Rossa una via di mezzo».

Lei prevede che i fondamentali di bilancio dell'azienda, che nel 2014 ha registrato 2,76 miliardi di ricavi e 400 milioni di Ebit, siano sostenibili?

«È quello che tutti si aspettano, compreso il sottoscritto. Se nel recente passato Montezemolo aveva limitato la produzione attorno alle 7 mila vetture annue, anche qui per sfruttare l'effetto scarsità, ora i volumi potrebbero aumentare: ma, per assorbirli, basterebbe la galoppante domanda di Cina e Stati Uniti. E la redditività continuerà a sorridere».

N. T.
© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'EMILIA-ROMAGNA DEI CAMPANILI

Capitali senza Capitale
I **bolognesi** arricchiscono,
ma la città è in declino

Infrastrutture ferme al palo, nessuna nuova idea e le speranze su Fico sono legate alla vecchia formula del tortellino

di **Marco Marozzi**

Dove c'era il grande Cartier ora c'è il merchandising del piccolo Bologna Fc: dai gioielli alle magliette. La città che fu «boutiquera» non tira, le griffe selezionano le presenze, sanno che i ricchi di provincia vanno a comprare a Milano o ancor più lontano mentre i negozi del «loco natio» si abbassano. Le ultime grandi opere sono ancora quelle dei sindaci Dozza e Fanti: il Fiera District e la Tangenziale, 40 e più anni fa. Alla Tangenziale la grande pensata è stata tramutare la corsia d'emergenza in una Corsia Dinamica, chi si ferma è perduto, la capacità non aumenta, il traffico è un disastro. Il Passante Nord si allontana. La stazione dell'Alta Velocità è attraente come un freezer: a Reggio Emilia hanno chiamato per la loro fermata l'archi-

star Calatrava, come per il ponte sull'autostrada, disegnando un quadro totale dell'ingresso in città. Qui nessuno. L'Unipol ha sede in una nostrana Porta d'Europa che al di là dei giudizi estetici potrebbe essere il grande accesso a Bologna e alla cittadella delle coop, invece è un corpo estraneo in una città che non ha messo a sistema nemmeno il bel grattacielo che la stessa società ha costruito a Est. Unipol, caveau di denaro e possibilità, magari incide nella scelta dei sindaci, ma è ignorato dai bolognesi. Il maggior centro di potere e di affari di Bologna per i più è un'assicurazione che sponsorizza libe-

Lo stallo
Il sindaco Merola terzultimo come appeal e le griffe emigrano in altre città



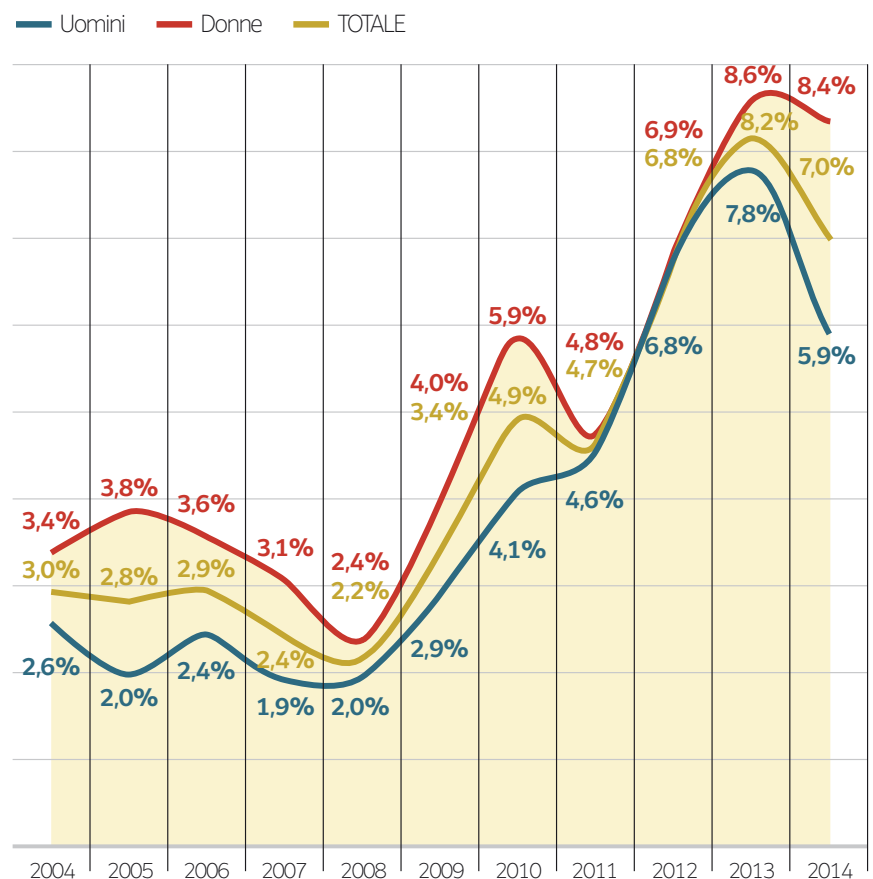
Primori
La nostra forza è l'economia della competenza

Bologna è molto più capace di andare all'estero che in Italia

rie, libri, letture. Il People Mover, che da Ovest a Est dovrebbe collegare i punti nevralgici dell'economia, dopo anni di balletti andrà solo dall'aeroporto alla stazione. Nemmeno alla Fiera che è la seconda d'Italia, cerca disperatamente di essere svincolo di un territorio e si ritrova con le manifestazioni più importanti a continuo rischio di strangolamento per l'anarchia del traffico. Il rinnovamento delle zone attorno agli snodi ferroviari ha prodotto solo brutti palazzoni e nessuna idea, da Borgo Masini, aspirante quasi centro, alla ex Veneta, che attraversa la storia popolare. Bologna non sa affermare il suo ruolo in Italia e nemmeno in Emilia-Romagna. Eppure — fra Packaging, Motor e Food valley — è capitale di un matrimonio schizofrenico fra innovazione e tradizione che la mantiene comunque ai vertici. Anche se la politica fa acqua, con un sindaco, Virginio Me-

Bologna ai raggi X

Tasso di disoccupazione 15 anni e oltre per genere. Area metropolitana di Bologna



rola, terzultimo nelle classifiche sull'appeal. «È in un momento molto delicato. È chiamata a fare un salto», dice Patrizio Bianchi, economista, assessore regionale, già rettore dell'Università di Ferrara, uno dei pochi amministratori con una visione internaziona-

le. «Il nostro futuro è nella capacità di fare sistema a 360° gradi, la nostra forza è l'economia della competenza, la scommessa è ridare velocità a una visione organica», commenta Tiziana Primori, amministratore delegato di Eataly World Bologna, Women Ceo

ASSISTENZA Service s.r.l.

Via Palazzetti, 26 – S.Lazzaro di Savena (BO)
www.assitenzaservicesrl.it
info@assitenzaservicesrl.it



Carrelli elevatori



Chiusure industriali



Porte rapide



Macchine per la pulizia



Scaffalature



Piattaforme aeree

Congiuntura in cifre anno 2014

Variazione percentuale rispetto all'anno precedente

	Produzione	Fatturato	Ordinativi	Esportazioni
 Settore manifatturiero	-0,5% ↓	-0,8% ↓	-0,2% ↓	+2,1% ↑
 Metalmeccanica ed elettronica	-0,2% ↓	-0,1% ↓	+0,8% ↑	+2,5% ↑
 Filiera del Packaging	-0,5% ↓	-0,7% ↓	-0,2% ↓	+0,3% ↑
 Artigianato manifatturiero	-2,6% ↓	-2,5% ↓	-2,2% ↓	+0,2% ↑
 Cooperative manifatturiere	-2,2% ↓	-2,9% ↓	-2,7% ↓	-0,5% ↓
 Costruzioni	Volume d'affari -4,6% ↓			
 Servizi alle persone e alle imprese	Volume d'affari -2,7% ↓			
 Commercio	al dettaglio: vendite -2,5% ↓ all'ingrosso: volume d'affari -0,8% ↓			
 Alloggio e ristorazione	Volume d'affari -3,9% ↓			
Scenario di previsione (per il 2015)				
Volume d'affari				+1,3% ↑
Esportazioni				+6,6% ↑
tasso di disoccupazione				7,4%

centimetri

Economia

I dati su Bologna forniti dalla Camera di Commercio mostrano luci e ombre per il settore industriale; eccellono le aziende della meccanica e del packaging, ma la crisi ha messo in ginocchio costruzioni e commercio

un milione di tasca sua. Fico è la Santa Alleanza su cui a Bologna si sono raccolti tutti: privati, coop, banche, politica. Risolve problemi di aree inutilizzate. Versione nuovo millennio di tortellino dove tutto si raccoglie, nulla si perde, la fine coincide con l'inizio. Coop Adriatica in nome del cibo ha ristrutturato il Mercato di Mezzo decaduto da anni e adesso le stradine medievali del centro sono attraversate da turisti che si godono sapori e saperi. L'aeroporto di cui la Camera di Commercio è socio di maggioranza andrà in Borsa e spera di arrivare a otto

Gastronomia

L'enfasi sul cibo non riesce a essere il pilastro di una visione complessiva

milioni di passeggeri all'anno: low cost ma tanti e si spera affamati. L'enfasi sul cibo però non riesce a essere, e forse non può essere, il pilastro di una visione complessiva di Bologna. Sparecchiata la tavola, continua a mancare di una visione lunga, che porti davvero in Europa. «È di grande vivacità dentro gli stabilimenti. È in grande crisi dove il mondo economico si incontra con la politica come le infrastrutture», sostiene Carmine Preziosi, direttore del Collegio Costruttori. Bianchi: «Cresce chi si rinnova». «Chi esporta», chiosa Tabellini, la cui impresa di protezioni per macchine

utensili lavora più oltre i confini che in Italia. Un sistema industriale cresce: l'Ima dei Vacchi compra in Germania, Marchesini Group va in Cina, la Gd di Isabella Seràgnoli è un modello mondiale, la Marposs non si ferma, Golinelli con la chimica costruisce un colosso in progress. Un sistema industriale avanzato, avanzatissimo cresce senza enfasi. Arriva la Philip Morris, i tedeschi conquistano Ducati e Lamborghini e ci investono milioni. Il Cineca è la più grande struttura di calcolo, il Cnr ha un migliaio di cervelli, Crif, il centro di ricerca, compra la maggioranza di Nomi-sma fondata da Prodi; Prometeia diffonde le sue analisi nel mondo. Unindustria di Bologna si unisce a quelle di Modena e Ferrara, la Coop Adriatica fa lo stesso con Coop Estense di Modena e la reggiana Nordest generando la più grande cooperativa italiana, 4,2 miliardi di euro di fatturato, 19.700 dipendenti. Nell'alimentare che ha perso marchi storici, Majani e Fabbri continuano ad essere fari; Valsoia è un gioiello della Borsa. Eppure Bologna continua a essere chiusa. L'enfasi sulla Città metropolitana non va oltre il maquillage della vecchia Pro-

vincia, si ragiona in piccolo pure su un Tecnopolo che doveva essere pronto da anni, si lascia la Fiera a se stessa nella sua necessità di rinnovarsi. «Un compito decisivo che attraversa anche l'epoca Internet — continua Bianchi — Il confronto è fondamentale per far diventare internazionale una città». «Senza una fiera forte non si va da nessuna parte», commenta la Primori. Lione e Valencia come città-sistema sono altra cosa. Finito il Pci che tirava le fila, manca un sistema territoriale. Le stesse coop si impantano in polemiche sugli orari della distribu-

Cooperazione

Unipol è un colosso della finanza nazionale, ma per i bolognesi resta un'assicurazione

zione. «Bologna è più capace di andare all'estero che in Italia», puntualizza l'ad di Eataly World. L'occupazione giovanile non decolla e questo può influire pure sull'università, sul sistema formativo. Nell'edilizia grandi costruttori sono scomparsi, idem tante coop. Vive chi restaura, lavora sull'esistente. Il più 18,5% di questi ultimi giorni è legato soprattutto alle vendite singole fra privati, i giovani che mettono su famiglia non si vedono. Calano le imprese individuali, i negozi chiudono. Le statistiche faticano a tener dietro alle cifre reali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

del Premio Internazionale «Le Tecnovisionarie». È la signora che la Coop Adriatica ha mandato ad affiancare i visionari in carriera (del business) Oscar Farinetti e (della lotta agli sprechi) Andrea Segrè nella costruzione di Fico, Eataly World Bologna per il

mondo. Cittadella del cibo che dovrebbe sorgere a Bologna entro il 2016 e — secondo i sogni — portare sei milioni di turisti. Fico è la tradizione che vuole reinventarsi. Cartolina aggiornata. La Grassa si è fatta gastronomicamente e politicamente corretta. Dal comuni-

simo al consumismo, il riformismo celebra sempre il consociativismo. «Sessanta milioni raccolti in tempi brevissimi», congeda Giorgio Tabellini, presidente della Camera di Commercio, altro deus ex machina dell'operazione su cui ha investito anche



Lavora con noi

www.spal-group.com
www.spalautomotive.com/eng/group.aspx

Via per Carpi, 26/B - 42015 Correggio (RE) - Italy - Tel. +39.0522.731311 - Fax +39.0522.693611
web: www.spalautomotive.com - e-mail: g.frignani@spal.it

CREDITPARTNER DA 20 ANNI PROTEGGE CON **coface** I VOSTRI RISCHI COMMERCIALI

IN EMILIA ROMAGNA OPERA LA PIU' GRANDE AGENZIA EUROPEA DELLA **coface**
SPECIALISTA DELL'ASSICURAZIONE DEI CREDITI IN ITALIA E ALL'ESTERO E
NEL RILASCIO DI GARANZIE FIDEJUSSORIE A BENEFICIARI PUBBLICI E PRIVATI.



I VOSTRI RISCHI COMMERCIALI, SOTTO CONTROLLO

ASSICURAZIONE DEI CREDITI, CAUZIONI E C.A.R. • INFORMAZIONI E RATING • RECUPERO CREDITI

LA GESTIONE DEI CREDITI È UN ELEMENTO CHIAVE PER GARANTIRE VALORE ALL'IMPRESA. LA MISSIONE DI COFACE È DI AGEVOLARE LE ATTIVITÀ COMMERCIALI DELLE IMPRESE A LIVELLO GLOBALE ATTRAVERSO UNA GAMMA COMPLETA DI PRODOTTI E SERVIZI VERSATILI ED EFFICIENTI: INFORMAZIONI SULLA SOLVIBILITÀ DEI PARTNER COMMERCIALI, RATING AZIENDALI, ASSICURAZIONE E GESTIONE DEI CREDITI, FACTORING. L'OFFERTA DI COFACE È PROGETTATA PER CONSENTIRE ALLE AZIENDE DI GESTIRE E PROTEGGERE CON CURA I PROPRI CREDITI E DI LAVORARE IN TUTTA SICUREZZA, IN ITALIA E ALL'ESTERO.

WITH COFACE, TURN EVERY CLIENT INTO A GOOD CLIENT

AGENZIA GENERALE DELL'EMILIA ROMAGNA CREDITPARTNER S.R.L.

MARIO BOCCACCINI, LUCA BOCCACCINI, MARCO FERRARI

GIUSEPPE DELVECCHIO, MANUELA CASTAGNETTI, GIOVANNI FERRARI, FRANCESCO ORIOLI

SEDE PRINCIPALE LEGALE ED AMMINISTRATIVA:

RAVENNA - VIA MEUCCI 1 - 48124 TEL.0544 408911 FAX 0544 408907

SEDE DI BOLOGNA - VIA MASSARENTI 14/B - 40138 | TEL. 051 4299001 - FAX 051 4292985

SEDE DI MODENA - VIA VELLANI MARCHI, 80 - 41126 | TEL. 059 359364 - FAX 059 346321

SEDE DI PARMA - PIAZZA C.A. DALLA CHIESA 3 - 43100 | TEL. 0521 798276 - FAX 0521 707724

SEDE DI REGGIO EMILIA - VIA ROMA 22 - 42121 | TEL. 0522 580737 - FAX 0522 580736

INNOVATORI

Bologna in fuga con le **bici elettriche** di Ducati e Wayel

Due aziende cittadine si contendono il mercato della mobilità sostenibile

L'Emilia-Romagna si scopre a prova di bici elettrica. Sono ben due le aziende che, negli ultimi due anni, hanno scelto di lanciare proprio qui i loro prodotti di punta in termini di mobilità sostenibile. Da una parte c'è Wayel, azienda del gruppo Termal nata nel 2007, ritornata a casa dopo aver passato quasi un settennio a produrre bici elettriche in Cina, e che alla fine dell'anno si trasferirà da Borgo Panigale nel nuovo stabilimento ecosostenibile nell'area industriale ex Bruno Magli di Bologna.

«Quello dell'elettrico a due ruote, che comprende biciclette e motorini, è un mercato ancora piccolo, ma in crescita — afferma Fabio Giatti, l'amministratore di Wayel store-. La produzione sta andando bene e i clienti sono disposti a pagare un po' di più per avere un prodotto tutto italiano». E paradossalmente ora l'azienda bolognese guadagna di più di quando lavorava

Chi è



Giorgio Giatti, presidente del gruppo Termal che possiede la Wayel. Suo figlio Fabio amministra i negozi a marchio

nell'ex Impero celeste perché, come spiega Wayel, solo nel Belpaese si riesce a garantire una maggiore qualità dei prodotti.

«Oltre all'inflazione che in Oriente è notevole, quando si lavora in Italia su una produzione specializzata, come quella delle biciclette elettriche, si hanno gli stessi costi che sostenevamo in Cina, ma con una maggiore qualità. Non ci serve manodopera poco qualificata ed economica, qui oltre a giocare in casa riusciamo ad avere ottimo personale ed un controllo maggiore», continua Giatti che spiega come a pieno regime il nuovo stabilimento produrrà, attraverso la sua startup Five, 35 mila pezzi annui e darà lavoro a 40 persone. Nella nuova struttura — oltre alla linea di biciclette, costituita dai modelli Brios, Sicura e Poderosa (dagli 800 ai 1.700 euro) — si produrrà Solingo, il primo ciclomotore elettrico alimentato a energia solare grazie a un pannello fotovoltaico installato sul bauletto posteriore,

elaborato assieme a Rinnova, spin-off dell'Università di Bologna.

Un modello, che costa 1.850 euro e arriva a 115 chilometri con una ricarica, pronto ad essere prodotto all'interno del nuovo stabilimento. E se Wayel ritorna, Ducati Energia dall'Emilia-Romagna, dove ha il quartier generale sempre a Bologna, non

si è mai spostata e si rinnova con un brevetto internazionale per garantire la pedalata assistita ai suoi velocipedi, integrando nella sola ruota posteriore tutti i dispositivi meccanici ed elettronici necessari per la trazione. Mentre prima produceva bici a scatto fisso, da gennaio l'azienda di Guidalberto Guidi, papà del ministro Federica, ha dato

Velocipedi

Sopra in alto un modello Free Duck di Ducati Energia; sotto la bici elettrica di Wayel



così vita a Free Duck 2 (2.699 euro).

«Tutto è racchiuso in una singola ruota che ha all'interno il sistema elettrico. Per ora all'attivo abbiamo già delle collaborazioni con altre aziende: vendiamo nel Benelux e in Spagna, ma è in Italia dove facciamo più affari», spiega Mirco Fucili, responsabile commerciale di Ducati Energia, che aggiunge come in generale il mercato della bici elettrica sia in crescita a livello europeo del 5-10%, e sia particolarmente incentivato anche nella nostra regione.

Infatti Wayel e Ducati, come spiegano gli amministratori, hanno scelto proprio questa regione come terreno di produzione anche perché qui, rispetto ad altrove, l'utilizzo delle due ruote elettriche è sostenuto. Dal finanziamento all'acquisto di mezzi di trasporto ecosostenibili in vari comuni della regione, ai centri delle città chiusi al traffico, all'aumento delle aree di sosta per le bici, alla proposta di percorsi dedicati ai cicloturisti. Da tre anni l'Emilia-Romagna mette a disposizione una serie di contributi per incoraggiare l'utilizzo di mezzi non inquinanti: tant'è che per ora, da quando è stato approvato il protocollo d'intesa sottoscritto, sono state incentivate 2.051 bici elettriche e 34 scooter elettrici, con 227 rottamazioni di motoveicoli euro 0 ed euro 1. Gli aiuti regionali vanno dai 300 euro per l'acquisto di una bicicletta a pedalata assistita, fino ai 600 se oltre all'acquisto si effettua anche la rottamazione.

Francesca Candioli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA PIADINA DA OGGI SI CHIAMA COSÌ:

Ora!



LA PIADINA COL PUNTO ESCLAMATIVO

MARCO
GERBELLA
ORAFI
RAVENNA

design gianpiero gerbella foto daniela casadio/ra



www.marcogerbella.it

La collezione **Piccole Gioie** è disponibile presso

Blondi Modena - **Camparini** Reggio Emilia / Parma - **Cenciarini** Riccione - **Errani** Faenza - **Fugazzi** Piacenza
Giacobazzi Gioielli Bologna - **Gioielleria RT** Cento - **Guardigli** Milano Marittima / Cesena
Marco Gerbella Ravenna - **Pesaresi** Cattolica - **Ronchetti** Nonantola - **Valenti** Monticelli Terme - **Zironi** Bologna

TERRITORI & CITTÀ

Imu e Tasi: acconto a forfait, con sorprese al saldo di dicembre

Sei capoluoghi su 10 hanno già deliberato Più Tasi a Modena, meno sconti a Bologna

All'apparenza non cambia nulla, basta pagare entro il 16 giugno col modello F24 la metà del totale Imu e Tasi versato nel 2014. In questo modo non si corre il rischio di incorrere in sanzioni e maggiorazioni, anche se il Comune avesse già deliberato le aliquote (e, soprattutto, le esenzioni e le detrazioni) per il 2015.

Il patrimonio residenziale dell'Emilia-Romagna è importante, come dimostra uno studio appena pubblicato dall'Agenzia delle Entrate (*grafico in pagina*). Su questo patrimonio (al quale va aggiunto quello ad uso produttivo), senza dover fare troppi calcoli, i proprietari si accingono a versare un miliardo di euro di acconto Imu e Tasi, sul totale di 12,4 atteso a livello nazionale. Ma non si pensi che poi, a metà dicembre, basti versare l'altra metà. Il conguaglio riserverà delle sorprese. Allora sarà meglio saperlo prima, almeno fin dove è possibile.

545

sono gli immobili dell'Emilia-Romagna appartenenti a persone fisiche ed enti

4,3

è il valore immobiliare residenziale in rapporto al Pil nella nostra regione

E anche gli inquilini, quasi sempre esonerati dalla Tasi lo scorso anno, in molti comuni dovranno versare la loro quota, fra il 10 e il 30% di quella dovuta sull'immobile.

Per limitare il giro d'orizzonte alle dieci città capoluogo di provincia, sei su dieci hanno già deliberato le aliquote 2015 delle due imposte locali calcolate sul valore degli immobili. Nella maggior parte dei casi si tratta della conferma delle aliquote 2014, e questa potrebbe apparire una buona notizia. In realtà tutti i Comuni, che abbiano deliberato o meno, potranno fissare le aliquote definitive entro il 28 ottobre. A quel tempo conosceranno in modo più chiaro le necessità finanziarie, e potranno ritoccare come meglio credono, entro il limite massimo di aliquota consentito: 0,33% come somma di Imu e Tasi, per le abitazioni principali; 1,14 per cento su tutte le altre. Per le abitazioni principali non di lusso, esenti dall'Imu, il tetto si ri-

Il patrimonio immobiliare residenziale dell'Emilia-Romagna

Valore in miliardi di euro delle abitazioni possedute da persone fisiche e da persone giuridiche; e valore in rapporto al Pil

	Persone fisiche		Enti e persone giuridiche		Totale	Popolazione
	Abitazioni	Pertinenze	Abitazioni	Pertinenze		
Emilia Romagna	469,3	34,4	38,2	3,7	545,6	4.446.354
Bologna (provincia)	63,3	3,3	8,4	0,6	75,6	1.001.170
% valore Bologna/E.R.	13,5 %	9,6%	22,0 %	16,2 %	13,8 %	22,5 %

Valore immobiliare residenziale in rapporto al Pil

	Abitazioni	Pertinenze	Totale	Pil (m.di €)	Patrimonio/ Pil
Emilia Romagna	507,5	38,1	545,6	126,5	4,3
Italia	6.233,7	341,3	6.575,0	1400,3	4,7
% E.R./Italia	8,1 %	11,1 %	8,3 %	9,0 %	

Fonte: elaborazione dati tratti da «Gli immobili in Italia 2015», Dipartimento delle Finanze- Agenzia delle Entrate

centimetri

ferisce in realtà alla sola Tasi.

La cattiva notizia sta nel complesso di esenzioni e detrazioni, che i comuni possono gestire entro certi margini. Lo scorso anno a Bologna le abitazioni in affitto a canone concordato (per esempio quelle agli studenti universitari) e quelle concesse in uso gratuito ai figli o ai genitori, godevano dell'aliquota Imu ridotta dello 0,76%. Quest'anno l'agevolazione è scomparsa, e sul valore dell'immobile (rendita catastale rivalutata del 5%, per il moltiplicatore relativo al tipo di fabbricato, pari a 160 per le abitazioni e le pertinenze) si applica l'aliquota ordinaria dell'1,06%: è un aumento secco del 40 per cento.

L'ultima sorpresa, per le prime case, riguarda le pertinenze, anche se non sono molti gli immobili provvisti sia del box che del posto auto all'aperto. Finora erano classificati in modo diverso; da un paio di anni l'agenzia del territorio equipara posto scoperto e box. L'Emilia-Romagna ha quasi completato le notifiche delle variazioni, che tra l'altro comportano un piccolo aumento della rendita. Ma c'è la beffa: le due pertinenze che possono beneficiare dell'esenzione Imu prima-casa devono essere di tipologie diverse (per esempio, box e cantina).

In tutti questi casi, prima o

poi, i conti bisogna rifarli. Senza dimenticare la vicenda irrisolta dell'Imu agricola nei 28 comuni parzialmente montani della Regione (*Corriere Imprese* del 4 maggio scorso), fra i quali Bologna e Cesena, ma anche Castel San Pietro Terme, Ozzano dell'Emilia, Pianoro, San Lazzaro di Savena e Riolo Terme, per dire dei maggiori e dei più noti.

Piacenza, Parma, Ravenna e Ferrara non hanno ancora deliberato. Forlì, Reggio Emilia e Rimini hanno confermato le aliquote dello scorso anno. A Modena la Tasi sale dal 3,1 al 3,3 per mille per le prime case (esenti da Imu). E da quest'anno, «per esigenze di bilancio», è dovuta con l'aliquota dello 0,8 per mille anche per gli immobili a disposizione o in affitto, esenti nel 2014. Riguarderà sia i proprietari, sia gli inquilini. Dai proprietari è dovuto il 90% della Tasi (in pratica, l'aliquota scende allo 0,72%) dall'inquilino il restante 10%. Esenti le abitazioni di lusso, ma solo perché già pagano l'Imu con l'aliquota del 6 per mille.

Cesena è un comune virtuoso: non solo ha deliberato fin dall'inizio dell'anno, confermando sostanzialmente aliquote e detrazioni 2014. Ma ha ridotto dallo 0,86 allo 0,76 % l'aliquota Imu per le abitazioni concesse a genitori e figli. Poi si è accorto di aver incassato nel 2014 quasi 2 milioni di euro in più, rispetto al gettito Tasi previsto in bilancio. Perciò a fine aprile ha deliberato di nuovo, riconoscendo una ulteriore detrazione di 67 euro alla Tasi sulla prima casa.

Angelo Ciancarella

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nasce **Corriere Imprese**

Il nuovo supplemento dedicato all'Economia dell'Emilia Romagna

Imprese, innovazione, credito, mondo del lavoro...

Il racconto di una realtà imprenditoriale, a cura della redazione del Corriere di Bologna.

Corriere Imprese: il settimanale che aiuta a capire il dinamismo del territorio.

In edicola in tutta la regione ogni lunedì dal 27 aprile con il Corriere della Sera

ARGO TRACTORS. UNA STORIA DI SUCCESSO TUTTA ITALIANA.



La storia di Argo Tractors è una storia tutta italiana,
fatta di persone, di passione e di innovazione.

Un viaggio nel tempo scandito da tanti trattori di successo che hanno accompagnato
e accompagnano nel proprio lavoro, intere generazioni di agricoltori.

Oggi Argo Tractors guadagna quote di mercato in Italia e all'estero e continua
ad espandersi nel mondo, contribuendo a promuovere il meglio del "saper fare" italiano.
Quello vero.



McCORMICK *Landini*® *VALPADANA*

FOOD VALLEY

Export e formaggi, la nuova via per ritrovare il latte versato

Parmalat e Granarolo: i big player sono in Emilia-Romagna, regione chiave per rilanciare il settore dopo la fine delle «quote latte» e il crollo di prezzi e consumi

Il consumo scende, le quote produttive sono scomparse, il prezzo crolla, le stalle chiudono. La sequenza è terribile, e non basterebbe un buon bicchiere di latte a superare lo choc. O magari basterebbe: a conti fatti, se tutti gli italiani bevessero un bicchiere di latte in più ogni giorno, in un paio di settimane si recupererebbero le 153 tonnellate perdute in cinque anni; e in un anno il consumo (che naturalmente include, oltre al latte, formaggi, yogurt e creme pronte) si moltiplicherebbe per due volte e mezzo.

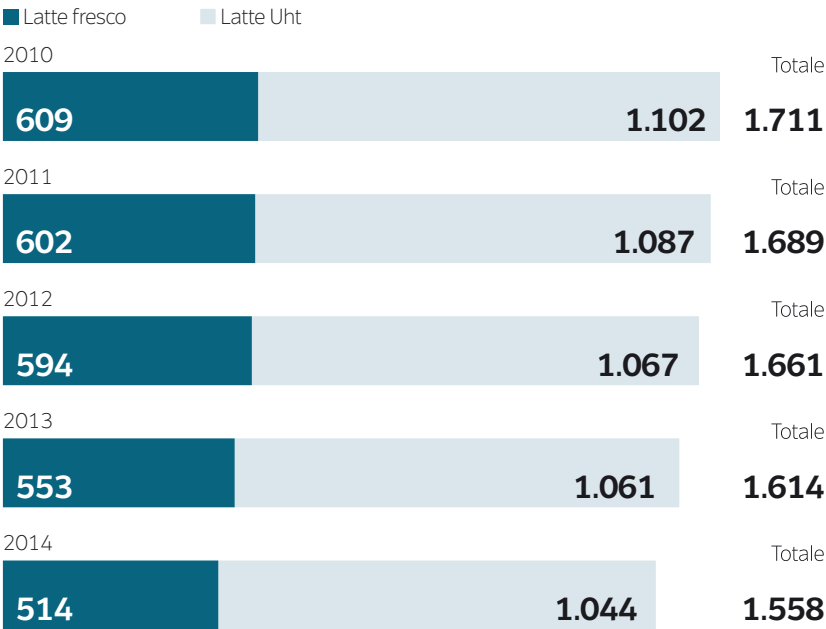
La soluzione non è questa, purtroppo. È un po' più complessa e dipende anche da Roma. Meno che in passato da Bruxelles. Ma, se avrà successo, ciò avverrà soprattutto in Emilia-Romagna, dove operano i maggiori player del settore: Parmalat-Lactalis, terzo in Italia nel comparto allargato alimentare e bevande, con un fatturato intorno al miliardo e mezzo di euro nel canale Gdo (la grande distribuzione organizzata, dove primeggia Barilla) e Granarolo, sesto in Italia (poco meno di 800 milioni di euro Gdo) e tra i pochissimi ad aver ottenuto nel 2014 un aumento (+1,2%) sia del fatturato, sia dei volumi.

Non è solo questione di primazia. Parmalat e Granarolo rappresentano i terminali di due diverse filiere: agroindustriale pura, la prima; in forte connessione con gli allevatori, presenti nel capitale attraverso il Consorzio Granlatte e la fitta rete della cooperazione e dei coltivatori diretti, il secondo. I punti di vista di queste due filiere non coincidono. Analisi e problemi sono simili, le soluzioni divergono.

Dal 1° aprile il regime delle quote latte, in vigore in Europa da trent'anni, è terminato. Mercato libero con «atterraggio morbido», auspica l'Unione europea, che però ha passato la palla ai singoli stati affinché adottino strumenti di regolazione. Facile a dirsi, perché non si deve alterare la concorrenza e non si devono configurare aiuti

Il latte versato in cinque anni

La riduzione dei consumi interni dal 2010 al 2014 (dati in migliaia di tonnellate)



Fonte: Nielsen Iss

di Stato. Al massimo, a Bruxelles, chiuderanno un occhio per un po' di tempo.

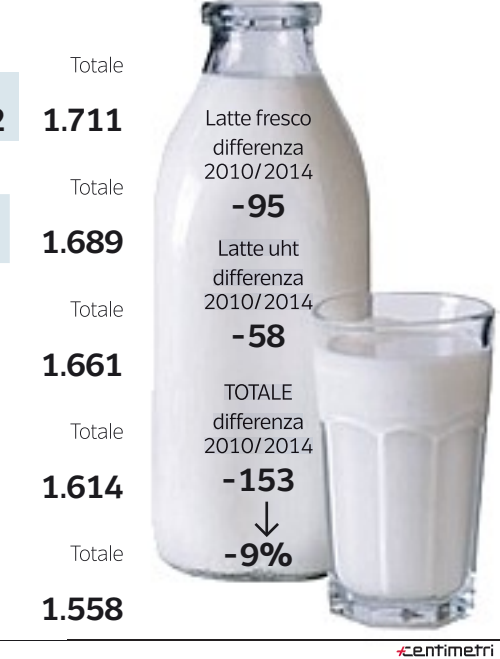
Il governo ha scelto la sua strategia: il decreto legge n. 51 del 5 maggio scorso, per «il rilancio dei settori agricoli in crisi», in buona parte dedicato al latte (compresa la rateazione triennale dell'ultima raffica di multe, inferiori al passato, per il superamento delle quote). Prevede che i contratti per la fornitura del latte alle centrali e all'industria debbano durare almeno un anno e garantire un determinato prezzo, remunerativo rispetto al costo di produzione, con un complesso metodo di calcolo e la vigilanza dell'Antitrust, che però non può rendere pubblici i dati.

Tutti i protagonisti della fi-

liera lattiero-casearia sono inoltre sollecitati a dar vita alle organizzazioni interprofessionali, per singoli comparti o anche di ampiezza maggiore. La spinta a unirsi viene dal fatto che una sola organizzazione, tra quelle rappresentative di uno stesso comparto, sarà riconosciuta dal governo, purché rappresenti almeno il 20% del mercato. Gli accordi sottoscritti con questa organizzazione varranno erga omnes e per questo l'organizzazione riceverà i contributi anche dei non iscritti che si avvarranno dell'accordo. La concorrenza è salvaguardata dal fatto che l'organizzazione riconosciuta può essere scalzata da un'altra, che dimostri di rappresentare una quota maggiore del comparto.

Governo

Il decreto del 5 maggio prevede che i contratti per la fornitura del latte alle centrali e all'industria durino un anno e garantiscano un determinato prezzo rispetto ai costi di produzione



centimetri

Il meccanismo ha spaccato le organizzazioni agricole. Coldiretti ha salutato il «principio rivoluzionario» del contratto garantito, a tutela «delle 36 mila stalle italiane e dei 180 mila posti di lavoro della filiera». Confagricoltura non condivide il meccanismo delle organizzazioni interprofessionali. Assolatte, che rappresenta le industrie del settore, boccia il decreto e ipotizza la violazione dei trattati europei. Granarolo (che pure di Assolatte fa parte) guarda avanti, come dimostra l'ingresso nella Centrale del latte di Brescia e l'accordo con Coldiretti: il settore — ha detto in sostanza il presidente Calzolari — si salva con l'esportazione dei prodotti, soprattutto formaggi; l'innovazione, la qualità e la tracciabilità della materia prima, per evitare invasioni di latte non italiano e intercettare i gusti dei consumatori; e con la crescita dimensionale delle stalle. Forse 36 mila sono ancora troppe.

Angelo Ciancarella

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sul web

Puoi leggere gli articoli di Corriere Imprese, condividerli e lasciare commenti su www.corrieredibologna.it

Alimentare

L'operazione



Marr (Cremonini) acquista Sama e si rafforza nel settore bar

Va avanti il processo di rafforzamento di Marr nella distribuzione alimentare. La società del gruppo Cremonini (nella foto il fondatore Luigi) ha sottoscritto, tramite la controllata New Catering, operante nel segmento bar, l'acquisto del 100% di Sama, società di Zola Predosa (Bologna) specializzata nella distribuzione di prodotti alimentari a caffetterie e alla ristorazione veloce.

L'operazione ha un valore di 1,7 milioni di euro. Il prezzo per un 60% verrà pagato al closing e per la parte restante a due anni. Con oltre 6 milioni di euro di ricavi realizzati l'anno scorso, un'organizzazione di vendita di oltre dieci venditori, una rete distributiva di una decina di automezzi e un esteso catalogo prodotti, Sama è un riferimento nella distribuzione alimentare a bar e ristorazione veloce lungo l'asse Bologna-Modena-Reggio Emilia.

L'acquisto della compagnia bolognese, di cui è stata confermata la struttura manageriale, va a rafforzare la penetrazione della riminese Marr nei pubblici esercizi, in cui opera tramite New Catering che con circa 24 milioni di euro di fatturato nel 2014 è realtà leader nelle provincie di Bologna, Ferrara, Ravenna, Forlì-Cesena, Rimini, Pesaro-Urbino e Perugia.

Continua, pertanto, il consolidamento di Marr nella distribuzione alimentare, che in questi ultimi anni per via di nuovi trend di consumo (primi piatti pronti e aperitivi) ha aumentato la sua rilevanza all'interno del settore del foodservice.

Maria Centuori

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'agenda

● 12 giugno A Mirandola, in via Giolitti 22, «Semplificare la burocrazia, introdurre la zona franca urbana: ci vogliamo ancora credere». Ore 20.30

● 8 giugno Assemblea generale di Confindustria Modena al Forum Monzani. ore 18

● 12 giugno Al Centro congressi Grand'Incontri di Rimini l'assemblea di Unindustria che quest'anno celebra il suo 70esimo anniversario. Ore 16

● 9 giugno L'Università di Parma organizza «Il rischio da Agenti Fisici negli ambienti di lavoro» nel plesso Biotecnologico integrato d'Ateneo. Ore 15

● 9 giugno Al Palazzo degli affari di Bologna una giornata di incontri tra il referente del progetto America Latina, Francesco Pannocchia, e le imprese bolognesi interessate. Dalle 10

● 12 giugno Workshop alla Camera di commercio di Bologna sugli strumenti finanziari della nuova legge per la cooperazione allo sviluppo. Ore 10

Ma in regione ha già chiuso una stalla su quattro

Non c'è tregua per l'industria del latte. Neanche in Emilia-Romagna. Prosegue infatti la striscia di risultati negativi in una regione in cui il settore rappresenta la voce più importante dell'agro-alimentare con 3.700 imprese di allevamento che producono 18,7 milioni di quintali di latte bovino, per il 4% ad uso alimentare e per il resto destinato alla produzione di formaggi Dop, come il Parmigiano Reggiano e il Grana Padano, o formaggi di nicchia come lo Squacquerone di Romagna.

Dall'inizio della crisi nella nostra regione è stata chiusa una stalla su cinque, con la perdita di 4.000 posti di lavoro. Questo il quadro decisamente sconsolante che emerge dal dossier della Coldiretti «L'attacco alle stalle italiane». La causa primaria della crisi sta nell'imponente aumento di importazioni di prodotti lattiero-caseari dall'estero: dal 2007 ad oggi il 23% in più in valore, equivalenti a 12 milioni di quin-

tali di latte. A preoccupare gli allevatori emiliano-romagnoli sono soprattutto le importazioni di formaggi similgrana. Formaggi di bassa qualità provenienti da Repubblica Ceca, Ungheria, Polonia, Estonia e Lettonia, spesso venduti con nomi di fantasia che ingannano i consumatori e che hanno generato un vero e proprio crollo dei prezzi dei formaggi Dop negli ultimi due anni: se il Parmigiano Reggiano, stagionato 12 mesi, è passato dai 9,50 euro del 2012 ai 7 euro attuali, il Grana Padano stagionato nove mesi è passato dagli 8,13 euro del 2011 ai 6,84 di fine 2014. Oltre ai prezzi calano anche i consumi: gli acquisti nella grande distribuzione e nel dettaglio tradizionale sono diminuiti del 2,2% per il Parmigiano Reggiano e del 12,6% del Grana Padano, mentre sono aumentati dell'1,5% altri grana non a denominazione d'origine.

La crisi del latte preoccupa più gli alleva-



Produzione Un momento dell'imbottigliamento del latte

tori dei venditori, che riescono comunque a quadruplicare il prezzo di produzione all'atto di vendita. Sulla base delle elaborazioni Coldiretti su dati Ismea il latte viene pagato agli allevatori in media 0,35 centesimi al litro, il 20% in meno dello scorso

anno, mentre il costo medio al consumo per il latte di qualità si aggira intorno a 1,5 euro al litro, qualche centesimo in più dello scorso anno. Un ricarico del 328% che tutela i venditori, ma mette in crisi i produttori, che rischiano di non riuscire a coprire neanche i costi per l'alimentazione degli animali e sta portando alla chiusura di una media di 4 stalle al giorno, con effetti sull'occupazione, sull'economia, sull'ambiente e sulla sicurezza alimentare dei consumatori. Lo scenario rischia di aggravarsi con la fine del regime delle quote del latte.

«Occorrerebbe introdurre l'obbligo di indicare in etichetta la provenienza del latte a lunga conservazione e di quello impiegato nei formaggi e latticini», sostiene Marco Allaria Olivieri, Direttore di Coldiretti Emilia Romagna.

Simone Jacca

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LIVING, IL MENSILE DI INTERIOR, DESIGN E LIFESTYLE

Martedì 9 giugno con il Corriere della Sera

WWW.LIVING.CORRIERE.IT



offerta abbonamento 1 anno

CARTA + DIGITALE = € 24,99*

PREZZO INTERO € 76,90 / RISPARMIO € 51,91

www.abbonamentircs.it/offerta/living2015



*più spese di spedizione € 4,90

RCS



OPINIONI
& COMMENTI

L'analisi

Privatizzare?
Per i comuni
meglio tassare

SEGUE DALLA PRIMA

Basta pagare — si è stabilito a livello nazionale — la metà del dovuto nel 2014. Le sorprese arriveranno a Natale.

Molti comuni non hanno ancora deciso le aliquote: in Emilia-Romagna quattro capoluoghi su dieci. Chi lo ha fatto ha spesso confermato le aliquote. Ma non sempre: a Modena la Tasi sale dal 3,1 al 3,3 per mille, e da zero a 0,8‰ per gli immobili a disposizione o in affitto (che già pagano l'Imu).

Il totale non dipende solo dalle aliquote: Bologna cancella le agevolazioni Imu per gli affitti a canone concordato, o in uso gratuito a genitori o figli del proprietario: l'imposta schizza del 40 per cento. Molti inquilini, esenti nel 2014, pagheranno una parte (dal 10 al 30%) della Tasi. Fa eccezione Cesena: aumenta le detrazioni Tasi e scaglionava l'addizionale Irpef.

Già, ci sono anche le addizionali: in sordina pure loro, ma crescenti. La Regione ha introdotto il nuovo sistema a scaglioni di aliquota (e non più solo per fasce di reddito), come per l'Irpef nazionale. A conti fatti, qualche euro risparmiato fino a 28mila euro lordi; addizionale crescente oltre la soglia: per 55mila euro lordi si pagano 100 euro in più.

L'addizionale comunale in molti casi era già al massimo dello 0,8%. Bologna accresce il prelievo anche qui: finora ferma allo 0,7%, ha ceduto e passa pure lei allo 0,8%. La stessa Bologna che, dopo aver avviato il percorso per ridurre il 10% di Hera in portafoglio (350 milioni di euro, ai valori di Borsa) rinuncia a farlo e si «accontenta» di 13 milioni (lordi) di dividendo. Tanto, il resto lo metteranno i cittadini.

Angelo Ciancarella

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le lettere

vanno inviate a:

Corriere di Bologna
Via Baruzzi 1/2,
40138 Bologna
e-mail: lettere@
corrieredibologna.it
Fax: 051.3951289

oppure a:

andrea.rinaldi@rcs.it
mdgjesp@gmail.com



La risposta di Massimo Degli Esposti

IL MADE IN ITALY AI TEMPI DELLA GLOBALIZZAZIONE



Tutti i giornali hanno celebrato con grande enfasi la decisione dell'Audi di produrre il nuovo suv Urus della Lamborghini nello stabilimento storico della casa del Toro, a Sant'Agata Bolognese. Io non ci trovo nulla di strano, invece. Anzi, sarebbe stata una presa in giro, per i facoltosi clienti della Lamborghini, spacciare per made in Italy un'automobile realizzata in Slovacchia.

Marcello, Bologna

Caro Marcello, il suo ragionamento non farebbe una piega se fossimo ancora negli anni '70-80,

cioè prima di quell'uragano economico comunemente detto globalizzazione. Per darle un'idea, fino a quegli anni Fiat controllava oltre il 50% del mercato dell'auto italiano e le case asiatiche messe insieme non vendevano in Italia più di qualche centinaio di esemplari; anche perché il loro mercato era contingentato da precise e misere quote. Cadute queste ultime, tolti i dazi all'importazione, esplose le comunicazioni e i collegamenti a lungo raggio, nell'auto e non solo il mondo è diventato un tutt'uno; appunto globale. Tanto sul versante del mercato, quanto su quello della pro-

Piazza Affari

di **Angelo Drusiani**

Iren da preda diventa cacciatore



Iren ha chiuso il primo trimestre del 2015 con un utile netto pari a 58,6 milioni di euro, in salita del 14,2% rispetto a 51,3 milioni di euro registrati nel primo trimestre 2014. Quest'ultimo, sottolinea Matteo Zardoni di Banca Albertini Syz, beneficiava di una plusvalenza straordinaria di oltre 10 milioni di euro. Aggiustato da effetti straordinari — prosegue Zardoni — l'incremento anno su anno supera il 41%. Le dinamiche operative positive, spiega l'azienda che ha tra i soci principali i Comuni di Parma e di Reggio nell'Emilia, sono accentuate da minori uscite, grazie alla dichiarazione di incostituzionalità della cosiddetta Robin Hood tax, che imponeva alle aziende municipalizzate una tassazione tutt'altro che marginale. In attesa del piano industriale e di possibili nuove acquisizioni, è interessante notare che i ricavi consolidati del primo trimestre del 2015 si attestano a 919,1 milioni di euro, in crescita (+1,8%) rispetto a 903,1 milioni di euro di un anno fa. L'aspetto positivo da rimarcare è che, a fronte del forte calo dei prezzi dell'energia, è salito il volume

di gas e del calore venduti, quest'ultimo in particolare, attraverso le condotte dei termovalorizzatori. Molto forte il contributo al bilancio del primo trimestre di quest'anno fornito dalla controllata Amiat. In prospettiva, Iren potrebbe muoversi a 360 gradi in ambito di fusioni e/o acquisizioni sia localmente, sia nei territori che confinano con le regioni in cui opera, Emilia-Romagna e Piemonte soprattutto. Da possibile «preda», com'era considerata negli anni passati Iren potrebbe assumere il ruolo di aggregatrice, dopo che, di acquisizione in acquisizione, ha aumentato decisamente la propria dimensione. In futuro potrà giocare ad armi pari nel caso in cui uno dei concorrenti di taglia maggiore sia interessato ad acquisirla. Questa è una delle indicazioni, conclude Zardoni, che il mercato si aspetta possa essere riportata nel piano industriale che dovrebbe vedere la luce entro metà luglio prossimo e che prevederà anche una nuova struttura organizzativa più snella e operativa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervento

Non solo sdraio e ombrellone,
il turismo ita diversificando la sua offerta

Dal turismo enogastronomico (Food valley) alla Terra dei Motori (Motor valley), dal benessere (Wellness valley) al cicloturismo alla musica e cultura, è stato ben recepito da molti tour operator stranieri i quali sono ben felici di proporre ai loro turisti una offerta di vacanza ben articolata e ricca di quelle eccellenze imprenditoriali che fanno dell'Emilia-Romagna un brand universalmente riconosciuto.

E se il progetto Via Emilia è stato pensato per l'Expo — e per il dopo Expo, aggiungo — sono altre le azioni che stiamo compiendo sui mercati della domanda turistica. Come ad esempio il progetto «Welcome Family» dedicata al nostro tradizionale target di riferimento — le famiglie con bambini — con offerte speciali e una campagna di affissioni di grandi dimensio-

ni in Germania e Svizzera per spingere le vacanze di Pentecoste o, ancora, l'azione svolta in Austria nel settore del turismo senior (over 65 anni) con l'Herbsttreffen 2015. L'Emilia-Romagna è stata scelta, infatti, dalla più importante associazione di pensionati austriaci Pensionistenverband Österreichs (PVÖ, che conta circa 400 mila soci) come destinazione di vacanza dei suoi associati. E tra settembre e ottobre di quest'anno 4.000 pensionati austriaci «invaderanno» l'Emilia-Romagna per le loro vacanze. Sul mercato interno vanno segnalate le due campagne di comunicazione televisiva rivolte a tutti i nostri target: la prima, con il coinvolgimento dei comuni della costa, è una cartolina della Riviera ospitata nello spazio meteo delle reti Mediaset mentre la seconda è dedicata

all'offerta dei parchi tematici.

Per quanto riguarda la stagione in arrivo, dalle indicazioni emerse dai contatti avuti con i tour operator in occasione delle grandi fiere turistiche europee e dai workshop che abbiamo realizzato con buyer interessati all'Emilia-Romagna, possiamo dire di essere moderatamente ottimisti, come risulta anche dai vostri articoli di oggi. In questa direzione fa ben sperare la riapertura dell'aeroporto di Rimini con il ritorno di diverse compagnie aeree russe. Lo stesso ritorno a volare su Rimini da parte di Air Berlin è un segnale di ottimismo rispetto alla previsione di incremento delle presenze estere. Infine, per quanto riguarda il mercato interno, il buon andamento dei ponti, e dei primi week end stagionali ci spinge ad un cauto ottimismo sulla risposta degli italiani.

Andrea Corsini
*assessore regionale al Turismo

© RIPRODUZIONE RISERVATA

duzione. È per questo che le multinazionali possono decidere di volta in volta dove realizzare i loro prodotti, scegliendo, fra decine di Paesi diversi dove già hanno propri stabilimenti, quello che offre le condizioni complessive migliori, tra costi diretti, qualità, logistica, normativa e via dicendo. E in aggiunta, ogni prodotto è il risultato di un assemblaggio tra componenti e servizi che possono arrivare da ogni parte del pianeta. Nello stabilimento slovacco il gruppo Volkswagen che controlla Audi produce già tre suv che in realtà sono nominalmente made in Germany: l'Audi Q7, il Vw Touareg, e il Porsche Cayenne. E lì dispone di piattaforma industriale, personale formato, logistica, insomma di un «sistema» focalizzato sui grandi suv. A Sant'Agata Bolognese, viceversa, tutto questo deve crearlo ex novo. La fabbrica Lamborghini, infatti, è oggi come una sartoria su misura, dove i 2.500 bolidi, su tre diversi modelli, vengono realizzati uno a uno quasi artigianalmente. Il suv Urus invece parte con l'obiettivo iniziale di 3.000 pezzi annui, perciò richiede processi produttivi di massa. Che lo stabilimento bolognese può garantire solo cambiando completamente pelle, diventando industria a tutti gli effetti. Non a caso per farlo partire Audi mette sul piatto la spropositata cifra di 700-800 milioni.

Tra Modena e Reggio Emilia

Dopo Coop e Confindustria
anche la Cisl perfeziona la fusione

È tempo di fusioni anche per l'universo dei lavoratori in Emilia-Romagna. Dopo gli accorpamenti che si stanno concretizzando nel mondo delle aziende (Confindustria Romagna, Unindustria Bologna con Ferrara e Modena, Coop adriatica con Coop estense e Coop Nordest), adesso tocca alla Cisl che ha da poco presentato la Cisl Emilia centrale. Unisce il sindacato bianco di Modena a quello di Reggio Emilia, cioè i 60 mila iscritti della prima con i 36 mila della seconda, arrivando a quasi 100 mila tessere e di fatto diventando la più grande struttura territoriale della Cisl nella nostra regione. Anche le strutture zonali si riorganizzeranno nella logica delle «terre di confine»: Sassuolo, per esempio, si unirà a Scandiano e Carpi a Correggio. Nasce quindi una rappresentanza più coesa e radicata. Anche per contrattare con i «nuovi padroni». Si aspettano notizie anche dalle altre maestranze.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Eletto Il neosegretario della Cisl Emilia centrale William Ballotta

Verso il riordino dei porti

Un'unica autorità per il Nord
Ravenna battuta da Venezia?

È atteso a giorni il decreto del governo per il riordino dei porti italiani. La bozza circolata nelle ultime ore prevede una sola Autorità Portuale per Venezia, Trieste, Ravenna e Ancona. Ma come, si sono immediatamente chiesti i romagnoli, un uomo solo al comando di due realtà in aperta concorrenza come Venezia e Ravenna? E chi mai avrà la meglio, aggiunge qualcuno, se il capoluogo veneto dispone di strutture più efficienti e fondali più profondi? Ma se il ministro Graziano Delrio, che ha in mano il dossier, pensa di disboscare drasticamente gli organismi per renderli più «autonomi rispetto ai possibili condizionamenti di portatori di interessi locali (siano essi soggetti politici o economici)» anche i ravennati dovrebbero fare il «mea culpa» per la clamorosa lite che da anni paralizza il porto di Ravenna, con gli industriali che chiedono il dragaggio dei canali, e l'Autorità che pensa invece al «progettone» logistico, con espropri e 220 ettari di nuovi capannoni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CORRIERE IMPRESE
A cura della redazione
del Corriere di Bologna

Direttore responsabile:
Armando Nanni

Caporedattore centrale:
Gianmaria Cané

Editoriale Corriere di Bologna s.r.l.
Presidente:
Alessandro Bompieri
Amministratore Delegato:
Massimo Monzio Compagnoni

Sede legale:
Via Cincinnato Baruzzi, 1/2
40138 Bologna

Testata in corso di registrazione
presso il Tribunale
Responsabile del trattamento
dei dati (D.Lgs. 196/2003):
Armando Nanni

© Copyright Editoriale
Corriere di Bologna s.r.l.
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna

parte di questo quotidiano può essere
riprodotta con mezzi grafici, meccanici,
elettronici o digitali. Ogni violazione
sarà perseguita a norma di legge.

Stampa:
RCS Produzioni Milano S.p.A.
Via R. Luxemburg - 20060 Pessano
con Bornago - Tel. 02.6282.8238

Diffusione: m-dis Spa
Via Cazzaniga, 19 - 20132 Milano
Tel. 02.25821

Pubblicità: Rcs MediaGroup S.p.A.
Dir. Communication Solutions
Via Rizzoli, 8 - 20132 Milano
Tel. 02.2584.1
www.rcscommunicationsolutions.it

Pubblicità locale: Speed Società
Pubblicità Editoriale e Digitale S.p.A.
Via E. Mattei, 106 - 40138 Bologna
Tel. 051.6033848

Poste Italiane S.p.A. - Sped. in
Abbonamento Postale - D.L.
353/2003 conv. L. 46/2004, Art.1,
c.1, DCB Milano

Supplemento gratuito al numero
odierno del
CORRIERE DELLA SERA
Direttore responsabile
Luciano Fontana

MRT
MUSEO RENATA TEBALDI

COSE BELLE
D'ITALIA



PAOLO FRESU SCORES!

ALBORADA STRING QUARTET

Anton Berovski, violino

Sonia Peana, violino

Nicola Ciricugno, viola

Piero Salvatori, violoncello

14 Giugno 2015 - ore 21,00

BUSSETO - MUSEO RENATA TEBALDI

Palazzo delle Scuderie

€ 18,00



INFORMAZIONI

Ufficio Informazioni e accoglienza turistica di Busseto
Piazza Giuseppe Verdi, 10 - 43011 Busseto (PR)
tel 0524 92487 - fax 0524 931740
www.bussetolive.com

info@museorenatebaldi.it
0524 97870



BAREZZI
FESTIVAL

